

DECIZIE nr. 573

din 25 iunie 2025

Privind Codul de reglementare a conținutului audiovizual

Având în vedere dubla calitate a Consiliului Național al Audiovizualului, de garant al interesului public în domeniul comunicării audiovizuale și de autoritate unică de reglementare în domeniul serviciilor media audiovizuale,

convinși că libertatea de exprimare și asigurarea accesului neîngrădit la orice informație de interes public constituie fundamente esențiale ale unei societăți democratice, asigurându-se totodată un nivel ridicat de protecție a obiectivelor de interes general, în special protecția minorilor și a demnității umane,

ținând seama de faptul că exercitarea dreptului la libera exprimare comportă îndatoriri și responsabilități,

convinși că libertatea de exprimare constituie unul dintre fundamentele esențiale ale unei societăți democratice, motiv pentru care presa audiovizuală trebuie să beneficieze de o protecție deosebită,

convinși, totodată, că libertatea de exprimare nu poate prejudicia demnitatea, onoarea, viața particulară a persoanei și nici dreptul la propria imagine,

ținând cont de obligațiile care revin prin lege Consiliului Național al Audiovizualului de a stabili norme de reglementare cu privire la protecția minorilor, apărarea demnității umane, exercitarea dreptului la replică,

asigurarea informării corecte și a pluralismului, la responsabilitățile culturale ale furnizorilor de servicii media audiovizuale, precum și cu privire la comunicările audiovizuale comerciale și noncomerciale,

ținând seama de faptul că trebuie să se asigure în suficientă măsură dreptul la replică sau alte căi de atac echivalente față de serviciile media audiovizuale în format online,

având în vedere că este adecvat ca dreptul la replică sau căile de atac echivalente să se aplice serviciilor media audiovizuale la cerere și să se țină seama de caracteristicile specifice ale suportului și serviciului în cauză,

ținând cont de responsabilitatea atribuită prin lege Consiliului Național al Audiovizualului de a asigura, în programele audiovizuale, protecția dezvoltării fizice, mentale și morale a minorilor, inclusiv în comunicațiile audiovizuale comerciale,

convinși că măsurile luate pentru protecția minorilor trebuie să fie corelate cu dreptul fundamental la libertatea de expresie, astfel cum a fost stabilit în Carta drepturilor fundamentale a Uniunii Europene, și că scopul unor astfel de măsuri, cum ar fi utilizarea sistemelor de control parental sau a etichetării programelor, trebuie să asigure un nivel adecvat de protecție a dezvoltării fizice, mentale și morale a minorilor,

întrucât prin dispozițiile 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 (Directiva serviciilor mass-media audiovizuale), publicată în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene, seria L, nr. 95 din data de 15 aprilie 2010, modificată prin Directiva (UE) 2018/1808 a Parlamentului European și a Consiliului din 14 noiembrie 2018, publicată în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene, seria L, nr. 303 din 28 noiembrie 2018, se asigură condiții echivalente

de reglementare a serviciilor media audiovizuale, anume pentru serviciile de programe (liniare) și pentru serviciile media audiovizuale la cerere (neliniare),

ținând seama de faptul că serviciile de platformă de partajare a materialelor video oferă conținut audiovizual care este accesat din ce în ce mai mult de către publicul larg, în special de către minori,

având în vedere dispozițiile art. 6a alin. (1) din Directiva 2010/13/UE, modificată prin Directiva (UE) 2018/1808 a Parlamentului European și a Consiliului din 14 noiembrie 2018, potrivit căruia *„statele membre iau măsurile corespunzătoare pentru a garanta că serviciile mass-media audiovizuale prestate de furnizorii de servicii mass-media aflați în jurisdicția lor care pot afecta dezvoltarea fizică, mintală sau morală a minorilor sunt puse la dispoziție numai într-un mod care să asigure că, în mod normal, minorii nu le vor auzi sau vedea. Printre măsurile respective se pot număra selectarea orei de difuzare, instrumente de verificare a vârstei sau alte măsuri tehnice. Acestea trebuie să fie proporționale cu potențialele efecte negative ale programului. Conținutul cel mai dăunător, cum ar fi violența nejustificată și pornografia, face obiectul celor mai stricte măsuri”*,

deoarece dispozițiile Legii audiovizualului nr. 504/2002, cu modificările și completările ulterioare, stabilesc un set comun de măsuri corespunzătoare pentru protecția minorilor aplicabile atât serviciilor de programe de televiziune, cât și serviciilor media audiovizuale la cerere,

luând în considerare că serviciile oferite de mijloacele de comunicare socială prin intermediul rețelelor de comunicații electronice au devenit un mediu important pentru schimbul de informații, educație și divertisment, inclusiv prin asigurarea accesului la conținutul audiovizual încărcat și/sau generat pe platformele online, prin intermediul programelor, materialelor video generate de utilizatori și a comunicărilor comerciale audiovizuale,

ținând seama de cerințele necesare a fi respectate și de măsurile care se impun a fi luate, cu privire la comunicările comerciale audiovizuale care sunt sau nu sunt promovate, comercializate sau organizate de către utilizatorii de platforme de partajare a materialelor video,

interesați în cel mai înalt grad de creșterea și educarea copilului în spiritul valorilor și al idealurilor democratice, proclamate de Convenția Organizației Națiunilor Unite cu privire la drepturile copilului și de Convenția europeană a drepturilor omului, convinși că furnizorii de servicii mass-media audiovizuale aflați sub jurisdicția României trebuie să se supună interdicției diseminării pornografiei,

având în vedere obligațiile care revin Consiliului Național al Audiovizualului și furnizorilor de servicii media audiovizuale în protejarea drepturilor și libertăților fundamentale ale omului, în general, și faptul că încălcarea acestora poate aduce prejudicii interesului public,

ținând cont de necesitatea respectării principiilor liberei concurențe, protecției vieții, sănătății, securității și intereselor economice ale consumatorilor, precum și a mediului,

având în vedere obligația furnizorilor de servicii media audiovizuale de a informa publicul prin prezentarea corectă și imparțială a faptelor și a evenimentelor și obligația Consiliului Național al Audiovizualului de a asigura respectarea exprimării pluraliste de idei și opinii, precum și pluralismul surselor de informare a publicului,

luând în considerare obligațiile ce revin furnizorilor la înregistrarea programelor în cadrul serviciilor media audiovizuale,

având în vedere obligația ca furnizorii de servicii media audiovizuale să asigure, treptat și continuu, servicii accesibile persoanelor cu dizabilități și

persoanelor în vârstă, prin limbajul semnelor, subtitrare, audiodescriere și alte modalități tehnice ce vor fi oferite de tehnologia digitală,

având în vedere cerințele minime cerute în cadrul Uniunii Europene pentru producțiile audiovizuale europene, considerate drept un mijloc de promovare a operelor europene și a producției independente,

întrucât în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere sunt stabilite măsuri menite să consolideze promovarea producției și distribuției de opere europene prin asigurarea faptului că propriile cataloage conțin o cotă minimă de opere europene și că acestea sunt puse suficient în evidență,

având în vedere dezvoltarea în televiziunea europeană a noilor tehnici de publicitate, compatibile cu dispozițiile Directivei 2010/13/UE, modificată prin Directiva (UE) 2018/1808 a Parlamentului European și a Consiliului din 14 noiembrie 2018, și ținând cont de faptul că evoluțiile în domeniul comercial și tehnologic oferă publicului o mai mare posibilitate de alegere și o mai mare responsabilitate în utilizarea serviciilor media audiovizuale,

ținând cont de necesitatea reglementării comunicării comerciale referitoare la medicamente, tratamente medicale și suplimente alimentare,

ținând cont de interzicerea prin lege a oricărei forme de comunicare comercială audiovizuală pentru medicamente și tratamente medicale disponibile numai pe bază de prescripție medicală, precum și de necesitatea stabilirii unor condiții stricte și a unui control efectiv în publicitatea la medicamente și tratamente medicale,

având în vedere necesitatea stabilirii unor criterii stricte privind publicitatea la produsele alcoolice,

întrucât cerințele specifice publicității televizate și teleshoppingului pentru băuturi alcoolice se extind și asupra serviciilor media audiovizuale la cerere,

ținând cont de efectele nocive ale consumului de droguri și de alcool asupra minorilor, în special, dar și asupra societății, în general, și de faptul că aceasta este o problemă de interes public,

ținând seama de prevederile Legii nr. 50/2024 privind stabilirea unor măsuri pentru aplicarea Regulamentului (UE) 2022/2065 al Parlamentului European și al Consiliului din 19 octombrie 2022 privind o piață unică pentru serviciile digitale și de modificare a Directivei 2000/31/CE (Regulamentul privind serviciile digitale), precum și pentru modificarea și completarea Legii nr. 365/2002 privind comerțul electronic

în temeiul art. 17 alin. (1) lit. d) din Legea audiovizualului nr. 504/2002, cu modificările și completările ulterioare,

Consiliul Național al Audiovizualului adoptă următoarea decizie:

Titlul I

Dispoziții generale

Art. 1 - (1) În sensul prezentei decizii privind codul de reglementare a conținutului audiovizual, denumit în continuare **cod**, termenii și expresiile de mai jos au următoarele semnificații:

a) **canal oferit prin intermediul unei platforme de partajare a materialelor video** - conținut audiovizual asociat unui cont al furnizorului de servicii media audiovizual înregistrat pe o platformă de partajare a materialelor video, unde sunt încărcate și/sau generate materiale video și programe. Canalul afișează numele și imaginea contului furnizorului de servicii media audiovizuale, o descriere succintă, videoclipurile publice pe care furnizorul le încarcă și/sau generează și orice alte informații;

b) **catalog** - o colecție de programe audiovizuale și/sau materiale video organizată cronologic în liste de redare sau categorii, în funcție de tematică, serie sau alt criteriu relevant pentru conținutul pus la dispoziția publicului prin intermediul unui furnizor de servicii media audiovizuale;

c) **conținut dăunător** - orice conținut, informație sau acțiune care poate induce frică, intimidare, oroare, teroare psihologică sau alte stări de o intensitate asemănătoare. Un astfel de conținut poate fi pornografia sau violența nejustificată, fără a se limita la acestea;

d) **conținut ilegal** - orice conținut, informație sau acțiune care nu sunt conforme cu legislația națională, indiferent de obiectul sau natura respectivei legislații. Un astfel de conținut poate fi instigarea la acte de terorism, materialele care conțin abuzuri sexuale asupra copiilor, discursurile de incitare la ură, discursurile de natură rasistă și xenofobă, precum și orice alte forme de conținut cu impact asemănător, care nu sunt conforme cu legislația națională;

e) **creator de conținut audiovizual difuzat online** - orice persoană care generează, creează, produce, editează și pune la dispoziția publicului sau partajează **conținut audiovizual pentru care are răspundere editorială, indiferent de denumirea și de modul de organizare al acestuia**, prin intermediul rețelelor de comunicații electronice de tip internet;

f) **dezinformare** - acțiunea de răspândire intenționată de informații al căror caracter fals sau înșelător este verificabil, care poate cauza prejudicii unei persoane, unui grup social, unei organizații sau interesului public;

g) **difuzare** - punerea la dispoziția publicului de programe audiovizuale în cadrul unui serviciu de radio sau de televiziune ori al unui serviciu media la cerere; prin **difuzare** se înțelege, de asemenea, și comunicarea, în cadrul unui serviciu media audiovizual, de semne, semnale,

texte, sunete, informații, mesaje de orice natură, cum ar fi serviciile de subtitrare și ghidurile electronice ale programelor;

h) **informare incorectă** - acțiunea de răspândire de informații false fără intenție, care cauzează prejudicii unei persoane, unui grup social, unei organizații sau interesului public;

i) **minor** - persoană care nu a împlinit vârsta de 18 ani;

j) **producție audiovizuală cu caracter trivial, vulgar sau obscen** - ansamblu de imagini, sunete, cuvinte, gesturi sau comportamente imorale, indecente, licențioase, sexuale explicite ori sugerate, care prin semnificația lor aduc ofensă bunelor moravuri, precum și orice alte forme de manifestare indecentă;

k) **producție audiovizuală de ficțiune** - creație artistică audiovizuală din categoriile opere cinematografice, radiofonice și de televiziune, filme de animație, opere dramatice și dramatico-muzicale, opere coregrafice și pantomime, videoclipuri muzicale și alte producții audiovizuale;

l) **serviciu „video în reluare”** - tip de serviciu media audiovizual neliniar, denumit și **catch up TV**, care oferă utilizatorului, pentru o perioadă limitată de timp, acces la cerere individuală și la momentul ales de către acesta, la programele difuzate în prealabil în cadrul unui serviciu de televiziune;

m) **serviciu „video la cerere”** - tip de serviciu media audiovizual la cerere, neliniar, denumit și **video on demand**, 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 conținut video reunite în cadrul unui catalog de programe, indiferent de forma sub care acestea sunt selecționate și organizate în cadrul catalogului;

n) **site web** - grup de pagini web multimedia, conținând texte, sunete, imagini în mișcare, cu sau fără sunet, informații sau mesaje de orice

natură, accesibile pe internet, și care sunt conectate între ele prin așa-numite hiperlinkuri;

o) **titlu** - fiecare producție audiovizuală reprezintă un titlu disponibil în cadrul catalogului unui serviciu media audiovizual la cerere; diferite filme dintr-o franciză constituie titluri diferite într-un catalog; franciza reprezintă o succesiune de filme legate care au același univers fictiv; un sezon al unui serial corespunde unui singur titlu;

p) **utilizator** - orice persoană care accesează conținutul unui serviciu media audiovizual sau al unui serviciu de platformă de partajare a materialelor video;

q) **violența de limbaj** - adresarea printr-un limbaj jignitor, brutal, precum utilizarea de insulte, amenințări, cuvinte și expresii degradante sau umilitoare sau discriminatorii; se asimilează acestei forme de violență și comportamentele triviale, nonverbal;

r) **violență fizică** - acte care pot provoca vătămarea corporală;

s) **violență psihică** - acte care pot provoca suferință psihică, în orice mod și prin orice mijloace, inclusiv prin amenințări verbale.

(2) Sunt aplicabile, de asemenea, definițiile prevăzute la art. 1 alin. (1) din Legea audiovizualului nr. 504/2002, cu modificările și completările ulterioare, denumită în continuare **Legea audiovizualului**.

(3) Dacă în conținutul normei nu se specifică altfel, dispozițiile codului sunt aplicabile:

a) programelor audiovizuale și comunicărilor comerciale audiovizuale difuzate în cadrul serviciilor de programe de televiziune și de radiodifuziune;

b) programelor audiovizuale, materialelor video și comunicărilor comerciale audiovizuale furnizate printr-un serviciu media audiovizual la

cerere, denumit și **video on demand**, transmis prin rețele de comunicații electronice;

c) programelor audiovizuale, materialelor video și comunicărilor comerciale audiovizuale furnizate prin intermediul unei platforme de partajare a materialelor video.

(4) Coreglementarea, ca mijloc de îndeplinire a obiectivelor de interes public, prevăzută în Legea audiovizualului, se va realiza prin adoptarea unui Cod de coreglementare între Consiliul Național al Audiovizualului, denumit în continuare Consiliul, și părțile relevante din domeniu.

Titlul II

Protecția minorilor

Cap. I

Respectarea drepturilor minorului în programele audiovizuale

Art. 2 - Furnizorii de servicii media audiovizuale au obligația să respecte principiul interesului superior al minorului.

Art. 3 - (1) Minorul are dreptul la protejarea imaginii și a vieții sale intime, private și familiale.

(2) Condițiile de participare a minorului la un program audiovizual trebuie să țină seama de sensibilitatea și vulnerabilitatea specifice vârstei, în general, și de personalitatea minorului, în particular.

(3) 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.

(4) În producțiile 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.

(5) Dispozițiile alin. (1) - (4) se aplică în mod corespunzător și programelor audiovizuale difuzate în cadrul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

(6) Furnizorii de servicii media audiovizuale la cerere, difuzate prin intermediul platformelor de partajare a materialelor video, trebuie să ia măsuri corespunzătoare pentru a proteja minorii de programele, de materialele video și de comunicările comerciale audiovizuale care le pot afecta dezvoltarea fizică, mentală sau morală, în special de programele care conțin pornografie sau violență nejustificată, conform prevederilor art. 39 alin. (1) din Legea audiovizualului.

Art. 4 - (1) Prezentarea sau participarea minorului în varstă de până la 14 ani în cadrul programelor audiovizuale este supusă următoarelor limitări și condiții:

a) sunt interzise difuzarea de imagini sau declarații ale acestuia, în situația în care minorul este victima a unor infracțiuni sau a fost supus unor abuzuri fizice ori psihice, precum și difuzarea oricăror indicii care ar putea conduce la identificarea minorului, în situația în care acesta este victima unei infracțiuni contra integrității sexuale, respectiv a oricărei forme de abuz sexual;

b) este interzisă difuzarea oricăror indicii care ar putea conduce la identificarea acestuia, în cazul în care minorul este acuzat de săvârșirea unor infracțiuni ori a fost martor la săvârșirea unor infracțiuni;

c) este interzisă difuzarea de interviuri sau declarații ale acestuia în legătură cu evenimente dramatice, din comunitate sau din familie, la care acesta a fost martor;

d) participarea minorului la programe audiovizuale, altele decât cele având ca subiect evenimentele culturale și competițiile sportive sau școlare, este posibilă numai cu acceptul acestuia, precum și cu consimțământul scris ori înregistrat al părinților sau, după caz, al reprezentantului legal;

e) este interzisă difuzarea după ora 22,00 de programe audiovizuale realizate în direct și la care participă minori, cu excepția celor care au ca subiect evenimentele culturale și competițiile sportive sau școlare.

(2) În situația în care minorul în vârstă de până la 14 ani este victimă a unor infracțiuni, altele decât situațiile prevăzute la alin. (1), sau a fost supus unor abuzuri fizice ori psihice, difuzarea de imagini sau declarații este interzisă.

(3) Dispozițiile alin. (1) - (2) se aplică în mod corespunzător și programelor audiovizuale difuzate în cadrul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 5 - (1) Nu pot fi difuzate reconstituiri de infracțiuni, abuzuri sau evenimente dramatice în care sunt folosiți minori.

(2) Furnizorii de servicii media audiovizuale nu pot difuza interviuri și declarații ale minorului în vârstă de până la 14 ani în legătură cu evenimente dramatice, din comunitate sau din familie, la care acesta a fost martor.

(3) Furnizorii de servicii media audiovizuale nu pot difuza interviuri și declarații în care minorului îi sunt solicitate păreri referitoare la probleme intime de familie sau care îi depășesc puterea de judecată.

(4) Dispozițiile alin. (1) - (3) se aplică în mod corespunzător și programelor audiovizuale difuzate în cadrul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 6 - (1) Minorul cu vârsta cuprinsă între 14 și 16 ani acuzat de comiterea unei infracțiuni sau victimă a unei infracțiuni ori abuzat fizic, psihic sau sexual poate fi prezentat în programele de știri, în emisiuni de dezbateri sau reportaje audiovizuale, cu îndeplinirea cumulativă a următoarelor condiții:

- a) existența consimțământului scris al acestuia;
- b) existența prealabilă a consimțământului părinților sau al reprezentantului legal, în formă scrisă;
- c) asistarea pe parcursul transmisiei sau al înregistrării de către un părinte ori de către reprezentantul legal, respectiv de către avocat în cazul cercetării penale sau arestării. Minorul nu poate fi asistat de către părintele presupus autor al abuzului;
- d) eliminarea oricăror elemente care pot conduce la identificarea minorului.

(2) În cazul minorului cu vârsta de peste 16 ani acuzat de comiterea unei infracțiuni, sunt necesare:

- a) acordul explicit al acestuia, scris sau înregistrat;
- b) asistarea sa de către avocat în situația în care este cercetat penal, reținut sau arestat;
- c) eliminarea oricăror elemente care pot duce la identificarea minorului, la solicitarea acestuia, a părinților sau a reprezentantului legal.

(3) În cazul minorului cu vârsta de peste 16 ani care este victimă sau martor la comiterea unor infracțiuni ori care a fost abuzat fizic, psihic sau sexual, sunt necesare:

- a) acordul explicit al acestuia, scris sau înregistrat;
- b) eliminarea oricăror elemente care pot duce la identificarea minorului, la solicitarea acestuia, a părinților sau a reprezentantului legal.

(4) Dispozițiile alin. (1) - (3) se aplică în mod corespunzător și programelor audiovizuale difuzate în cadrul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 7 - (1) Minorul, părinții sau reprezentantul legal trebuie să fie informat/informați cu privire la drepturile lor înainte de filmare sau de înregistrare. Orice acord scris între cele două părți trebuie să cuprindă prevederile acelor articole din Legea audiovizualului și din prezenta decizie, care reglementează protecția minorului, în funcție de vârsta acestuia.

(2) Participarea minorului în vârstă de până la 14 ani la programe audiovizuale, altele decât evenimentele culturale și competițiile sportive, este posibilă numai cu acceptul acestuia, precum și cu consimțământul scris al părinților sau, după caz, al reprezentantului legal.

(3) Dispozițiile alin. (1) - (2) se aplică în mod corespunzător și programelor audiovizuale difuzate în cadrul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 8 - (1) Știrile sau relatările referitoare la acte de violență sau de natură sexuală din instituțiile de învățământ vor fi difuzate numai împreună cu punctul de vedere al conducerii școlii și cu acordul părinților ori al reprezentanților legali ai minorului; face excepție situația în care radiodifuzorul acționează în interesul superior al minorului, fără să fie afectată imaginea publică a acestuia sau dreptul lui la viață intimă, privată și familială.

(2) Imaginile în care minorii sunt implicați în acte de violență sau de natură implicit sau explicit sexuală, de orice natură, vor fi difuzate numai dacă:

a) reprezintă un interes public justificat;

b) radiodifuzorul acționează în interesul superior al minorilor, având acordul părinților sau al reprezentanților legali ai acestora;

c) radiodifuzorul se asigură că nu este difuzat niciun indiciu care ar putea duce la identificarea minorilor implicați.

(3) Nu se va comunica adresa paginii de internet în care sunt postate asemenea imagini și nici nu se va face trimitere la site-uri în care sunt comunicate astfel de adrese.

(4) Dispozițiile alin. (1) - (3) se aplică în mod corespunzător și programelor audiovizuale difuzate în cadrul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 9 - (1) Este interzisă, în cadrul programelor de știri, al dezbatelor sau al reportajelor, difuzarea de imagini ori de fotografii ale corpului minorului decedat.

(2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și programelor audiovizuale difuzate în cadrul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 10 - (1) Este interzisă difuzarea de programe al căror scop principal este exploatarea aspectului fizic al minorului sau expunerea acestuia în ipostaze nepotrivite vârstei.

(2) Radiodifuzorii sunt obligați să difuzeze la principalul buletin de știri din prime-time, precum și la buletinele de știri difuzate în următoarele 24 de ore imaginile și datele minorilor dispăruți, la solicitarea inspectoratelor de poliție.

(3) În cadrul sistemului național de alertă/răpire/dispariție a minorului, serviciile de radiodifuziune și televiziune generaliste și de știri sunt obligate să difuzeze, într-un interval de timp de 3 până la 8 ore de la solicitarea autorităților în drept și în condițiile agreeate cu acestea, informațiile privind minorii răpiți sau dispăruți.

(4) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și programelor audiovizuale difuzate în cadrul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 11 - În cadrul serviciilor media audiovizuale, furnizate prin orice mijloc, este interzisă orice referire peiorativă, defăimătoare sau discriminatorie la originea etnică, naționalitatea, rasa ori religia minorului, precum și la aspectul fizic ori la o eventuală dizabilitate a acestuia.

Cap. II

Clasificarea programelor audiovizuale în vederea protecției minorilor

Art. 12 - (1) Programele audiovizuale care pot afecta dezvoltarea fizică, mentală sau morală a minorilor pot fi difuzate numai dacă vizionarea este restricționată printr-un sistem de acces condiționat.

(2) În lipsa unui sistem de acces condiționat, difuzarea programelor prevăzute la alin. (1) se poate face numai în intervalul orar permis, potrivit clasificării programului în funcție de conținutul acestuia.

Art. 13 - În cadrul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc, 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 printr-un sistem de control parental, astfel ca minorii să nu poată vedea ori auzi, în mod normal, programele respective.

Art. 14 - (1) În cadrul programelor și al materialelor video încărcate și/sau generate, furnizorul de servicii media audiovizuale la cerere are obligația de a informa publicul cu privire la conținutul audiovizual care poate afecta

dezvoltarea fizică, mentală sau morală a minorilor, folosind mijloace de avertizare scrisă sau sonoră.

(2) Avertizarea prevăzută la alin. (1) se difuzează la începutul programelor și a materialelor video și va avea următorul mesaj: *„Atenție! Acest material video poate afecta dezvoltarea fizică, mentală sau morală a minorilor!”*, însoțit și de motivele care stau la baza atenționării.

Art. 15 - (1) Înainte de începerea difuzării unui program din categoria celor prevăzute la art. 13, radiodifuzorii au obligația de a informa publicul cu privire la genul, clasificarea programului și motivul principal de restricționare a vizionării acestuia, potrivit criteriilor prevăzute la art. 20 alin. (2).

(2) Orice emisiune de tip reality show, al cărei scenariu se bazează pe fapte sau situații reale din viața unor persoane, conținând însă și elemente de ficțiune, se semnalează pe toată perioada desfășurării emisiunii, cu textul „Acest program este o ficțiune”, afișat lizibil, cu o dimensiune de minimum 30 de puncte în format SD, definiție standard, respectiv 60 în format HD, înaltă definiție.

(3) Programele audiovizuale în care se recomandă publicului comportamente inspirate de astrologie, horoscop, numerologie sau altele similare trebuie să fie semnalate la începutul difuzării prin mențiunea: „Informațiile din acest program nu au bază științifică!”.

(4) Radiodifuzorii au obligația să solicite ca publicarea programelor de radio și de televiziune să fie însoțită de semnele de avertizare prevăzute la art. 23 - 28.

(5) Obligația de informare menționată la alin. (1) revine și furnizorilor de servicii media la cerere, în cataloagele de programe.

Art. 16 - (1) Este interzisă difuzarea de programe audiovizuale de studio sau realizate în direct în care se fumează sau se consumă băuturi alcoolice.

(2) În programele audiovizuale este interzisă ilustrarea unei informații cu imagini de natură pornografică.

(3) Dispozițiile alin. (2) se aplică în mod corespunzător și programelor audiovizuale difuzate în cadrul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 17 - (1) Este interzisă difuzarea producțiilor audiovizuale care încurajează consumul de droguri.

(2) În știri și reportaje este interzisă prezentarea de detalii privind consumul de droguri.

(3) Operele cinematografice care conțin scene privind consumul de droguri pot fi difuzate numai după ora 22,00.

(4) Dispozițiile alin. (1) și (2) se aplică în mod corespunzător și programelor audiovizuale difuzate în cadrul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 18 - (1) În intervalul orar 6,00 - 23,00 nu pot fi difuzate programe, altele decât producțiile audiovizuale de ficțiune și filmele documentare, care conțin descrieri, reconstituiri sau reprezentări ale unor omucideri/sinucideri, mutilări/automutilări sau tehnici criminale sau ale actelor de violență domestică ori ale violurilor sau promovarea practicilor oculte.

(2) În cazul acestor drame, radiodifuzorii nu pot difuza imagini de la locul tragediei sau imagini care arată suferințele prin care trec membrii familiei ori ale altor persoane apropiate victimei sau familiei acesteia.

(3) Este interzisă difuzarea de programe, altele decât producțiile audiovizuale de ficțiune și filmele documentare, care conțin imagini și/sau sunete care prezintă acte de cruzime la adresa animalelor.

Art. 19 - (1) Nu pot fi difuzate în intervalul orar 6,00 - 23,00 producții care prezintă:

a) violență fizică, psihică sau de limbaj, în mod repetat sau cu un grad mare de intensitate sau gravitate;

b) scene de sex, limbaj sau comportament trivial, vulgar sau obscen;

c) persoane în ipostaze degradante, chiar dacă acestea și-au dat acordul;

d) lupte nereglementate de federații sportive naționale sau internaționale.

(2) Fac excepție de la prevederile alin. (1) filmele artistice de scurt și lung metraj, filmele și/sau serialele de televiziune și filmele documentare numai dacă acestea sunt difuzate în condițiile prevăzute la art. 12 alin. (1) sau (2), după caz.

Art. 20 - (1) Criteriile în funcție de care se clasifică programele difuzate în cadrul serviciilor media audiovizuale au drept scop asigurarea protecției minorului și informarea publicului cu privire la conținutul acestora.

(2) Responsabilitatea clasificării programelor revine radiodifuzorilor și furnizorilor de servicii media la cerere, în conformitate cu următoarele criterii:

a) numărul și natura scenelor violente, precum și caracterul gratuit sau indispensabil al acestora, raportat la genul și subiectul programului;

b) utilizarea violenței și rolul acesteia în rezolvarea problemelor;

c) modalitatea de tratare prin imagini a scenelor de violență, tipul de plan utilizat, realismul reprezentării, rolul coloanei sonore în a genera frică ori angoasă;

d) contextul în care este prezentat consumul de droguri și alcool;

e) numărul și natura scenelor de nuditate, reprezentarea actului sexual;

f) psihologia personajelor și reperele morale pe care acestea le oferă copiilor sau adolescenților;

g) tipologia eroilor, scopul acțiunii acestora, gradul de recurgere la violență;

h) prezența și rolul minorilor în scene de violență;

i) prezentarea femeii în ipostaze degradante;

j) numărul și intensitatea scenelor de violență domestică;

k) calitatea și tipologia limbajului;

l) genul sau tema programului.

Art. 21 - În clasificarea producțiilor audiovizuale de ficțiune furnizorii de servicii media audiovizuale se vor ghida și după clasificarea stabilită de producător sau, după caz, după cea în care producția de ficțiune a fost difuzată în alte țări, evitând încadrarea cel mai puțin restrictivă, în situația în care aceasta este singulară.

Art. 22 - Categoriile în care se clasifică programele difuzate în cadrul serviciilor media audiovizuale, în funcție de criteriile precizate la art. 20 alin. (2), sunt următoarele:

a) programe accesibile tuturor categoriilor de public, fără restricții sau semne de avertizare;

b) programe care pot fi vizionate de minorii în vârstă de până la 12 ani numai cu acordul părinților sau împreună cu familia, denumite în continuare **programe AP** (acord parental);

c) programe interzise minorilor sub 12 ani, denumite în continuare **programe 12**;

d) programe interzise minorilor sub 15 ani, denumite în continuare **programe 15**;

e) programe interzise minorilor, altele decât cele pornografice, care în Statele Unite ale Americii și în țările din Uniunea Europeană sunt interzise publicului sub 18 ani, filme horror, erotice, de o violență extremă, programe

sponsorizate de producătorii de băuturi spirtoase, denumite în continuare **programe 18;**

f) programe interzise minorilor, filme și emisiuni pornografice al căror scop principal este prezentarea în detaliu a actului sexual, a modalităților de satisfacere a dorințelor sexuale sau programe în care se prezintă un act sexual real, indiferent de modalitatea de filmare, denumite în continuare **programe 18+.**

Art. 23 - (1) Programele AP se difuzează însoțite de un semn de avertizare reprezentând un cerc de culoare albă, iar în interiorul acestuia, pe fond transparent, majusculele AP (acord parental) de culoare albă.

(2) Dimensiunea semnului de avertizare va fi de minimum 30 de puncte în format SD, definiție standard, respectiv 60 în format HD, înaltă definiție.

Art. 24 - (1) Programele 12 se difuzează numai după ora 20,00 și vor fi însoțite permanent de un semn de avertizare reprezentând un cerc de culoare albă, iar în interiorul acestuia, pe fond transparent, numărul 12 de culoare albă.

(2) Dimensiunea semnului de avertizare va fi de minimum 30 de puncte în format SD, definiție standard, respectiv 60 în format HD, înaltă definiție.

Art. 25 - (1) Programele 15 se difuzează numai în intervalul orar 23,00 - 6,00 și vor fi însoțite permanent de un semn de avertizare reprezentând un cerc de culoare albă, iar în interiorul acestuia, pe fond transparent, numărul 15 de culoare albă; fac excepție de la intervalul orar filmele artistice, serialele și cele documentare clasificate 15, în cazul cărora intervalul permis de difuzare este 22,00 - 6,00.

(2) Dimensiunea semnului de avertizare va fi de minimum 30 de puncte în format SD, definiție standard, respectiv 60 în format HD, înaltă definiție.

Art. 26 - (1) Programele 18 se difuzează numai în intervalul orar 1,00 - 6,00 și vor fi însoțite permanent de un semn de avertizare reprezentând un

cerc de culoare albă, iar în interiorul acestuia, pe fond transparent, numărul 18 de culoare albă.

(2) Dimensiunea semnului de avertizare va fi de minimum 30 de puncte în format SD, definiție standard, respectiv 60 în format HD, înaltă definiție.

Art. 27 - Semnul de avertizare corespunzător trebuie expus pe toată durata programului.

Art. 28 - (1) Programele 18+ și conținutul audiovizual care, potrivit legislației în vigoare, este ilegal, nu pot fi difuzate de către furnizori de servicii media audiovizuale aflați sub jurisdicția României.

(2) Programele 18+ ale furnizorilor de servicii media audiovizuale aflați sub jurisdicția statelor membre ale Uniunii Europene pot fi incluse în oferta distribuitorilor de servicii, dacă se respectă următoarele condiții:

- a) criptat și în cadrul unor pachete opționale, special dedicate adulților, disponibile numai în intervalul orar 1,00 - 5,00, în cazul retransmisiei analogice;
- b) criptat și restricționat prin intermediul unui sistem de control parental, în cazul retransmisiei digitale.

(3) Serviciile prevăzute la alin. (2) pot fi comercializate numai la solicitarea abonatului, în pachete care conțin exclusiv astfel de programe și necondiționat de achiziția altor pachete de servicii.

(4) Pachetele de servicii care includ programe 18+ nu pot fi comercializate în condiții mai avantajoase decât cele în care sunt comercializate pachetele de servicii care nu conțin astfel de programe.

(5) Sistemul de control parental prevăzut la alin. (2) lit. b) trebuie să asigure restricționarea accesului la programele 18+, astfel:

- a) accesul să fie posibil numai în baza unui cod personal, special dedicat restricționării acestor programe, format din cel puțin 4 cifre; cifrele nu trebuie

să fie vizibile pe ecran în momentul tastării; la prima punere în funcțiune a decodorului accesul la programele 18+ trebuie să fie inițial blocat;

b) accesul să fie reblocat în orice situație în care se modifică contextul vizionării, cum ar fi schimbarea programului, trecerea sistemului de recepție în stare de veghe, schimbarea decodorului sau a cartelei de acces, după realimentarea cu tensiune.

(6) În momentul punerii în funcțiune a sistemului de recepție, distribuitorul de servicii are obligația să stabilească, împreună cu abonatul, codul de acces prevăzut la alin. (5) lit. a); se recomandă evitarea stabilirii codului „1234” sau a unui cod format din aceeași cifră.

(7) În cadrul instrucțiunilor de utilizare, distribuitorul de servicii trebuie să explice, în termeni simpli și clari, modul de funcționare a sistemului de control parental, necesitatea stabilirii codului de acces și a păstrării confidențialității acestuia.

Art. 29 - În cadrul serviciilor de programe de televiziune, programele audiovizuale clasificate „12” sau „15” pot fi difuzate în reluare în intervalul orar 6,00 - 20,00, numai dacă sunt editate pentru a respecta condițiile de difuzare a programelor accesibile tuturor categoriilor de public sau condițiile de difuzare a programelor AP, fiind clasificate ca atare.

Art. 30 - (1) Difuzarea anunțurilor promoționale pentru programele AP, 12, 15 și 18 se va face cu semnul de avertizare corespunzător.

(2) Anunțurile promoționale pentru programele 12, 15 și 18 pot fi difuzate în afara intervalelor orare specifice categoriei doar în cazul în care nu conțin imaginile pentru care a fost restricționat programul promovat prin anunțul respectiv.

Art. 31 - (1) Programele de știri și de actualități se supun cerințelor de protecție a minorilor și vizionării în familie.

(2) Înainte de difuzarea unor imagini șocante, a unor scene de violență sau cu impact emoțional negativ care pot impresiona în mod neplăcut telespectatorii, aceștia vor fi avertizați verbal: „Atenție! Imagini și informații care vă pot afecta emoțional.”, mențiune ce va fi și afișată static și lizibil; radiodifuzorii nu pot prezenta scene de violență în mod repetat în cadrul aceleiași producții audiovizuale.

(3) Imaginile care prezintă execuții, suicid, oameni uciși, indiferent de motivație, se difuzează numai în cazuri temeinic justificate.

(4) În emisiunile de știri și dezbateri, tratarea subiectelor despre acte de cruzime la adresa animalelor va fi însoțită de avertizarea scrisă sau verbală: „Cruzimea la adresa animalelor se pedepsește conform legii” și de afișarea numărului de urgență 112 pe parcursul avertizării.

Art. 32 - În cazul programelor difuzate în direct, altele decât cele de știri și transmisiunile sportive, radiodifuzorii au obligația să folosească orice mijloace, inclusiv delay-ul, astfel încât să prevină difuzarea unor scene, expresii sau comportamente care contravin dispozițiilor prezentului cod privind protecția minorilor și a demnității umane.

Titlul III

Protecția demnității umane și a dreptului la propria imagine

Art. 33 - Furnizorii de servicii media audiovizuale au obligația să respecte drepturile și libertățile fundamentale ale omului, viața privată, onoarea și reputația, precum și dreptul la propria imagine.

Art. 34 - (1) În sensul prezentului cod, sunt considerate a fi de interes public justificat orice probleme, fapte sau evenimente care influențează societatea sau o comunitate, în special cu privire la:

a) prevenirea sau probarea săvârșirii unei fapte cu incidență penală;
b) protejarea sănătății sau siguranței publice;
c) semnalarea unor afirmații înșelătoare sau a unor cazuri de incompetență care afectează publicul.

(2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 35 - (1) Niciun drept conferit prin lege nu poate fi exercitat într-un mod excesiv și nerezonabil, contrar bunei-credințe, în scopul de a vătăma, intimida, umili și/sau induce o stare de teamă generală ori localizată la nivelul unor grupuri socioprofesionale sau persoane, nici de a se răzbuna sau de a păgubi pe altul ori profitând de ignoranța sau de buna-credință a persoanelor.

(2) Nu orice interes al publicului trebuie satisfăcut, iar simpla invocare a dreptului la informare nu poate justifica încălcarea dreptului la demnitate, la propria imagine și la respectarea vieții private, așa cum acestea sunt recunoscute și ocrotite de Codul civil; simpla invocare a acordului prealabil al persoanei nu poate justifica încălcarea drepturilor și libertăților altor persoane, ordinea publică sau bunele moravuri și nici nu poate înlătura răspunderea furnizorului de servicii media audiovizuale pentru conținutul programului, prevăzută la art. 3 al Legii audiovizualului.

(3) Dreptul la propria imagine nu trebuie să împiedice aflarea adevărului în probleme de interes public justificat.

(4) Dispozițiile alin. (1) - (3) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 36 - (1) Orice persoană are dreptul la respectarea vieții private și de familie, a convingerilor politice și religioase, a domiciliului și a corespondenței.

(2) Informațiile privind adresa unei persoane sau a familiei sale, numerele lor de telefon sau adresele de e-mail nu pot fi dezvăluite fără

permisiunea acestora; utilizarea datelor cu caracter personal este permisă în condițiile legii speciale.

(3) Este interzisă difuzarea de știri, debateri, anchete sau de reportaje audiovizuale care constituie imixtiuni în viața privată și de familie a persoanei, fără acordul acesteia.

(4) Fac excepție de la prevederile alin. (3) situațiile în care sunt întrunite cumulativ următoarele condiții:

- a) existența unui interes public justificat;
- b) existența unei legături semnificative și clare între viața privată și de familie a persoanei și interesul public justificat.

(5) Dispozițiile alin. (1) - (4) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 37 - (1) Orice persoană are dreptul la propria imagine.

(2) Este interzisă difuzarea imaginii sau vocii persoanei aflate într-un spațiu privat, fără acordul scris al acesteia.

(3) Este interzisă difuzarea de imagini care prezintă interioare ale unui spațiu privat, fără acordul scris al celui care îl ocupă în mod legal.

(4) Fac excepție de la prevederile alin. (2) și (3) situațiile în care imaginile difuzate surprind fapte care prezintă un interes public justificat.

(5) Dispozițiile alin. (1) - (4) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 38 - (1) Este interzisă difuzarea convorbirilor ori a imaginilor înregistrate cu microfoane și camere de luat vederi ascunse, cu excepția situației în care înregistrările astfel obținute nu puteau fi realizate în condiții normale, iar conținutul lor prezintă un interes public justificat.

(2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 39 - (1) Înregistrările audio și/sau video destinate programelor de divertisment, inclusiv cele cu camera ascunsă, nu pot fi difuzate decât cu respectarea cumulativă a următoarelor condiții:

a) persoanele care au făcut obiectul filmării/înregistrării să își dea acordul scris pentru difuzare;

b) să nu provoace iritare sau suferință ori să nu pună persoana în situații înjositoare sau de risc.

(2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 40 - (1) Imaginile înregistrate cu camere de luat vederi ascunse se difuzează însoțite permanent de un marcaj grafic ce simbolizează o cameră de luat vederi, conform modelului prezentat în anexa nr. 1.

(2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 41 - (1) Difuzarea înregistrărilor convorbirilor telefonice sau a corespondenței provenite din surse confidențiale ori a căror credibilitate nu este suficient verificată este permisă numai dacă acestea prezintă un interes public justificat și sunt însoțite de punctul de vedere al persoanei vizate.

(2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 42 - (1) În cazul situațiilor prevăzute la art. 36 alin. (4), art. 37 alin. (4), art. 38, art. 41 și ori de câte ori se invocă interesul public justificat pentru a difuza producții audiovizuale care pot aduce atingere drepturilor și libertăților fundamentale ale unei persoane, difuzarea trebuie însoțită de punctul de vedere al persoanei în cauză; în situația în care persoana refuză să prezinte un punct de vedere, radiodifuzorii sunt obligați să precizeze acest fapt.

(2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 43 - (1) În virtutea dreptului la propria imagine, în cazul în care în programele audiovizuale se aduc acuzații unei persoane privind fapte sau comportamente ilegale ori imorale, acestea trebuie susținute cu dovezi, iar persoanele acuzate trebuie contactate într-un timp rezonabil înainte de emisiune, informate cu privire la tema emisiunii/subiect și invitate să intervină pentru a-și exprima punctul de vedere. În situația în care persoana vizată refuză să prezinte un punct de vedere sau nu a putut fi contactată prin încercări repetate, trebuie precizat acest fapt.

(2) În cazul în care acuzațiile prevăzute la alin. (1) sunt aduse de furnizorul de servicii media audiovizuale, acesta trebuie să respecte principiul **audiatur et altera pars**; respectarea acestui principiu presupune condiții nediscriminatorii de exprimare până la finalul aceluiași program în cadrul căruia s-au făcut acuzațiile. În situația în care persoana vizată refuză să prezinte un punct de vedere, trebuie precizat acest fapt.

(3) Orice material înregistrat în care se aduc acuzații unei persoane privind fapte sau comportamente ilegale ori imorale trebuie să conțină și opinia acesteia, în acest scop fiind informată cu privire la tema emisiunii sau subiect. În situația în care persoana vizată refuză să prezinte un punct de vedere sau nu a putut fi contactată prin încercări repetate, trebuie precizat acest fapt.

(4) Moderatorii programelor au obligația să solicite ferm interlocutorilor să probeze în cadrul aceluiași program afirmațiile acuzatoare, pentru a permite publicului să evalueze cât de justificate sunt acestea.

(5) Moderatorii, prezentatorii și realizatorii programelor au obligația să nu folosească și să nu permită invitaților să folosească un limbaj injurios sau să instige la violență.

(6) Este interzisă utilizarea cu rea-credință a numelui, imaginii, vocii sau asemănării cu o altă persoană în programele audiovizuale.

(7) Orice referire peiorativă la adresa persoanelor în vârstă sau cu dizabilități, precum și punerea acestora în situații ridicole ori umilitoare sunt interzise în cadrul programelor audiovizuale, chiar dacă există acordul acestora.

(8) Dispozițiile alin. (1) - (7) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 44 - (1) Furnizorii de servicii media audiovizuale nu pot difuza:

a) imagini ale persoanei aflate în situația de victimă, fără acordul acesteia;

b) imagini ale persoanei fără discernământ sau decedate, fără acordul familiei;

c) imagini care exploatează sau scot în evidență traumele ori traumatismele unei persoane. Fac excepție cazurile umanitare, pentru difuzarea cărora este necesar acordul persoanei în cauză sau al familiei;

d) imagini de la înmormântări, cu excepția știrilor și/sau reportajelor din programele informative, emisiunilor sau filmelor documentare. Excepție fac funeraliile de stat.

(2) În cazul martorilor la comiterea unei infracțiuni, la solicitarea acestora, difuzarea imaginilor se va realiza cu asigurarea protecției depline a identității lor.

Art. 45 - (1) Este interzisă difuzarea de imagini sau de înregistrări cu persoane aflate în stare de reținere sau arest, fără acordul acestora.

(2) Este interzisă difuzarea de imagini sau de înregistrări cu persoane executând o pedeapsă privativă de libertate sau prin prestarea unei munci neremunerate în folosul comunității, cu excepția situațiilor în care acestea demonstrează încălcări ale unor drepturi sau există un interes public justificat.

(3) Imaginile și/sau înregistrările cu persoane aflate în stare de reținere, arest sau care execută o pedeapsă privativă de libertate ori prin prestarea unei munci neremunerate în folosul comunității nu trebuie prezentate într-un mod excesiv și nerezonabil.

(4) În cadrul programelor audiovizuale nu pot fi oferite, direct sau indirect, recompense și nu pot fi făcute promisiuni de recompensare a persoanelor care ar putea depune mărturie în instanțe judecătorești.

(5) Dispozițiile alin. (1) - (4) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 46 - (1) Furnizorii de servicii media audiovizuale trebuie să evite să aducă atingere dreptului la un proces echitabil ori interesului legitim al oricăreia dintre părțile unor cauze aflate pe rol în justiție sau în curs de cercetare, prin comentariile și luările de poziție proprii sau ale invitaților, inclusiv ale avocaților părților.

(2) Furnizorii de servicii media audiovizuale nu pot difuza emisiuni realizate sau moderate de către persoane învinuite sau inculpate în care se discută aspecte legate de cazul personal aflat în cercetare sau pe rolul instanțelor de judecată.

(3) Furnizorii de servicii media audiovizuale nu pot difuza emisiuni realizate sau moderate de către membri activi ai barourilor de avocați, în care se dezbate cazuri aflate în cercetare ori pe rolul instanțelor de judecată.

Art. 47 - (1) Nu pot fi difuzate înregistrări realizate și puse la dispoziția furnizorilor de servicii media audiovizuale de către autoritățile polițienești sau

judiciare, indiferent de suportul informatic utilizat, fără acordul persoanelor care sunt victime ale unor infracțiuni, fără acordul familiilor acestora sau, după caz, al reprezentanților legali.

(2) Nu poate fi dezvăluită în niciun mod identitatea persoanelor care sunt victime ale infracțiunilor privitoare la viața sexuală; se exceptează situațiile în care victimele și-au dat acordul scris, sub condiția respectării limitelor de identificare stabilite prin acordul încheiat anterior difuzării; acordul prealabil nu poate justifica încălcări ale drepturilor și libertăților altor persoane, ordinea publică sau bunele moravuri și nici nu poate înlătura răspunderea furnizorului de servicii media audiovizuale pentru conținutul programelor, prevăzută la art. 3 al Legii audiovizualului.

Art. 48 - (1) Orice persoană are dreptul la respectarea intimității în momente dificile, cum ar fi o pierdere ireparabilă sau un eveniment tragic.

(2) În cazul situațiilor de suferință umană, al dezastrelor naturale, accidentelor sau al actelor de violență, furnizorii de servicii media audiovizuale au obligația de a respecta imaginea și demnitatea persoanelor aflate în astfel de situații.

Art. 49 - (1) Difuzarea informațiilor și/sau imaginilor persoanelor aflate sub tratament în unitățile de asistență medicală, precum și a datelor cu caracter personal privind starea de sănătate este permisă numai cu acordul persoanei sau, în cazul în care persoana este fără discernământ ori decedată, cu acordul familiei sau al aparținătorilor.

(2) Furnizorii de servicii media audiovizuale au obligația de a respecta demnitatea și anonimatul persoanelor cu tulburări psihice.

(3) Fac excepție de la prevederile alin. (1) și (2) situații de interes public justificat.

Art. 50 - (1) Relatările sub orice formă despre evoluția bolilor, despre efectul programelor sau măsurilor de prevenire, indiferent de metodele folosite, nu se pot face decât prin prezentarea opiniei unui medic specialist cu drept de practică în specialitatea respectivă.

(2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 51 - (1) Este interzisă difuzarea în programele audiovizuale a oricăror forme de incitare la ură națională, rasială sau religioasă, la discriminare și la săvârșirea de infracțiuni de genocid contra umanității și de crime de război.

(2) Este interzisă difuzarea în programele audiovizuale a oricăror forme de manifestări rasiste, antisemite sau xenofobe.

(3) Sunt interzise în programele audiovizuale afirmații, comportamente, mesaje care sunt de intimidare, ostile, degradante, defăimătoare, umilitoare sau ofensatoare la adresa unui grup/comunități definit(e) de sex, gen, rasă, culoare, origine etnică sau socială, caracteristici genetice, limbă, religie sau convingeri, opinii politice sau de altă natură, apartenența la o minoritate națională, avere, naștere, dizabilități, vârstă, orientare sexuală sau boală cronică contagioasă ori necontagioasă.

(4) Sunt interzise în programele audiovizuale afirmații, comportamente, mesaje care sunt de intimidare, ostile, degradante, defăimătoare, umilitoare sau ofensatoare la adresa unei persoane pe baza apartenenței acesteia la un grup/o comunitate definit(ă) de sex, gen, rasă, culoare, origine etnică sau socială, caracteristici genetice, limbă, religie sau convingeri, opinii politice sau de altă natură, apartenența la o minoritate națională, avere, naștere, dizabilități, vârstă, orientare sexuală sau boală cronică contagioasă ori necontagioasă.

(5) Dispozițiile alin. (1) - (4) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 52 - (1) Sunt interzise în programele audiovizuale prezentarea apologetică, negarea și/sau ducerea în derizoriu a regimurilor totalitare, nazist și comunist, a autorilor crimelor și abuzurilor acestor regimuri, precum și denigrarea victimelor acestora.

(2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Titlul IV - Accesibilitate

Art. 53 - (1) Radiodifuzorii se asigură că serviciile de programe sunt accesibile persoanelor cu deficiențe de văz sau de auz, vizând persoanele cu dizabilități menționate la art. 41¹ din Legea audiovizualului, astfel:

a) în anul 2025, cel puțin 10% din timpul de difuzare care trebuie să includă programe accesibile persoanelor cu dizabilități;

b) în anul 2026, cel puțin 20% din timpul de difuzare care trebuie să includă programe accesibile persoanelor cu dizabilități;

c) în anul 2027, cel puțin 35% din timpul de difuzare care trebuie să includă programe accesibile persoanelor cu dizabilități;

d) începând cu anul 2028, cel puțin 35% din timpul de difuzare care trebuie să includă programe accesibile persoanelor cu dizabilități.

(2) Dispozițiile alin. (1) nu se aplică în cazul spoturilor publicitare și de teleshopping.

Art. 54 - (1) Furnizorii de servicii media audiovizuale la cerere se asigură că programele sunt accesibile persoanelor cu deficiențe de vedere sau de auz, vizând persoanele cu dizabilități menționate la articolul 41¹ din Legea audiovizualului, astfel:

a) în anul 2025, cel puțin 10% din programele audiovizuale disponibile în catalog;

b) în anul 2026, cel puțin 20% din programele audiovizuale disponibile în catalog,

c) în anul 2027, cel puțin 35% din programele audiovizuale disponibile în catalog;

d) începând cu anul 2028, cel puțin 35% din programele audiovizuale disponibile în catalog.

(2) Dispozițiile alin. (1) nu se aplică în cazul spoturilor publicitare și de teleshopping.

Art. 55 - (1) Furnizorii de servicii media audiovizuale aflați în jurisdicția României prezintă anual Consiliului un raport, conform modelului prezentat în anexa nr. 2, care se publică pe pagina de internet a furnizorilor respectivi, astfel:

a) până la data de 15 noiembrie a fiecărui an calendaristic, radiodifuzorii prezintă Consiliului un raport anual privind implementarea cerințelor prevăzute la art. 53 pentru anul calendaristic precedent, însoțit de planul de acțiune pentru anul calendaristic în curs.

b) până la data de 15 noiembrie, furnizorii de servicii media audiovizuale la cerere prezintă Consiliului un raport anual privind implementarea cerințelor prevăzute la art. 54, pentru anul calendaristic precedent, însoțit de planul de acțiune pentru anul calendaristic în curs.

(2) Raportul include:

a) denumirea și datele de identificare a furnizorului de servicii media audiovizuale, potrivit art. 48 din Legea audiovizualului, și modalitatea de furnizare a serviciului media audiovizual;

b) o descriere a tipurilor de garanții tehnice sau a altor mijloace adecvate folosite de furnizorul de servicii media audiovizuale pentru a proteja minorii de vizionarea programelor;

c) în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, o descriere a metodelor folosite de furnizor pentru promovarea operelor europene, inclusiv a celor produse în limba română, precum și a ponderii programelor audiovizuale disponibile în catalog în ceea ce privește numărul și durata acestora;

d) informații privind ponderea grilei sau a catalogului, după caz, corespunzătoare programelor difuzate într-un mod accesibil pentru persoanele cu dizabilități și ponderea fiecărei modalități folosite;

e) modalitățile de realizare a accesibilității serviciilor media audiovizuale pentru persoanele cu dizabilități și ponderea timpului total de transmisie corespunzătoare fiecărui tip de prestație, în funcție de timpul de difuzare, natura și tipul programului, ținând cont de nevoile persoanelor cu deficiențe de văz sau de auz; capacitatea radiodifuzorilor în acest sens și evoluția tehnicilor de comunicare și a serviciilor de programe pentru persoanele cu dizabilități, ținând cont de numărul de locuitori pe care îl acoperă programele respective.

Art. 56 - Radiodifuzorii se asigură că informațiile și comunicatele oficiale ale autorităților publice cu privire la calamități naturale, starea de necesitate sau de urgență, starea de asediu ori de conflict armat sunt difuzate într-o manieră care să fie accesibilă persoanelor cu handicap, cu excepția cazului în care această furnizare este imposibilă.

Art. 57 - Furnizorii de servicii media audiovizuale la cerere se asigură că informațiile de urgență, inclusiv comunicările și anunțurile publice transmise în situația unor dezastre naturale, sunt puse la dispoziția persoanelor cu handicap, cu excepția cazului în care această furnizare este imposibilă.

Art. 58 - Dacă în circumstanțe excepționale se dovedește imposibil să se furnizeze informații de urgență într-un mod care să fie accesibil persoanelor cu dizabilități, acest lucru nu ar trebui să împiedice ca aceste informații să fie făcute publice prin intermediul serviciilor media audiovizuale.

Art. 59 - (1) Pe site-ul său web, Consiliul creează un punct de contact online unic, ușor accesibil și persoanelor cu dizabilități, pentru furnizarea de informații și primirea de petiții cu privire la oricare dintre situațiile legate de accesibilitatea serviciilor media audiovizuale care intră în competența sa, în temeiul art. 10 alin. (8) din Legea audiovizualului.

(2) Petițiile formulate se pot referi atât la accesibilitatea serviciilor de programe, cât și la accesibilitatea serviciilor media audiovizuale la cerere, iar Consiliul va lua toate măsurile corespunzătoare în vederea soluționării acestora, cu respectarea prevederilor legale, inclusiv a legislației care reglementează activitatea de soluționare a petițiilor.

Titlul V

Dreptul la replică și la rectificare

Cap. I

Procedura exercitării dreptului la replică și la rectificare

Art. 60 - Orice persoană ale cărei drepturi sau interese legitime au fost lezate prin prezentarea în cadrul unui program audiovizual a unor fapte neadevărate beneficiază de dreptul la replică.

Art. 61 - Dreptul la replică nu poate fi solicitat:

a) pentru opinii și judecăți de valoare exprimate sau pentru a emite opinii și judecăți de valoare;

b) în situația în care radiodifuzorii au respectat principiul **audiatur et altera pars**;

c) în situația în care programul audiovizual sau materialul video, difuzate prin intermediul unui serviciu media audiovizual la cerere, conțin și punctul de vedere al persoanei la adresa căreia au fost prezentate fapte neadevărate;

d) în situația în care se solicită replica la replică;

e) în cazul în care furnizorul de servicii media audiovizuale răspunde acuzațiilor unei persoane, cu condiția să nu afecteze drepturile sau interesele legitime ale unui terț.

Art. 62 - (1) Orice persoană fizică sau juridică ale cărei drepturi sau interese legitime au fost lezate prin prezentarea în cadrul unui program audiovizual a unor informații eronate beneficiază de dreptul la rectificare.

(2) Rectificarea nu poate fi solicitată în cazul în care eroarea nu este evidentă și semnificativă.

Art. 63 - (1) Persoana care se consideră lezată de prezentarea în cadrul unui program audiovizual a unor fapte neadevărate sau informații eronate, denumită în continuare **solicitant**, poate cere, după caz:

a) radiodifuzorului, în termen de cel mult 15 zile de la data difuzării acestuia, revizionarea sau reaudierea programului în cauză;

b) furnizorului de servicii media audiovizuale la cerere, în termen de cel mult 15 zile de la data accesării programului audiovizual, revizionarea programului în cauză.

(2) Furnizorul de servicii media audiovizuale are obligația de a asigura accesul la revizionarea ori la reaudierea programului în termen de 24 de ore de la data primirii unei solicitări scrise, fie direct, la sediul radiodifuzorului, fie indirect, prin înmânarea unei copii video sau audio, fie prin transmiterea

programului respectiv prin mijloace electronice, după caz, la alegerea solicitantului.

(3) În cazul în care solicitantul este minor în vârstă de până la 14 ani, cererea de revizionare sau de reaudiere va fi semnată de părinți ori de reprezentantul legal; pentru minorul cu vârsta cuprinsă între 14 și 18 ani, cererea va fi semnată de acesta și de părinți sau de reprezentantul legal.

(4) Minorul va fi asistat la revizionări sau la reaudieri de părinți ori de reprezentantul legal.

Art. 64 - (1) În termen de cel mult 15 zile de la data difuzării emisiunii, respectiv din prima zi de la data accesării sau vizionării programului audiovizual sau a materialului video în care s-a produs lezarea, solicitantul unui drept la replică sau la rectificare va transmite în scris, la sediul furnizorului de servicii media audiovizuale sau, după caz, la adresa de poștă electronică a acestuia, o cerere care va conține, după caz, următoarele:

a) numele și adresa acestuia, numărul de telefon sau coordonatele oricărui alt mijloc care să facă posibilă contactarea sa rapidă și eficientă;

b) denumirea programului audiovizual ori a materialului video și data difuzării sau, după caz, a accesării ori a vizionării acestuia;

c) faptele neadevărate pentru care se solicită dreptul la replică sau informațiile eronate pentru care se solicită rectificarea;

d) motivarea cererii;

e) textul replicii, care trebuie să se refere numai la faptele neadevărate contestate.

(2) În cazul minorului în vârstă de până la 14 ani, cererea va fi semnată de părinți sau de reprezentantul legal; pentru minorul cu vârsta între 14 și 18 ani, cererea va fi semnată de acesta și de părinți sau de reprezentantul legal.

Art. 65 - (1) Cererea de drept la replică sau la rectificare va fi înregistrată de furnizorul de servicii media audiovizuale, cu precizarea datei și orei primirii, iar solicitantului i se va înmâna o dovadă scrisă în acest sens.

(2) În cazul în care furnizorul de servicii media audiovizuale refuză să înregistreze cererea, solicitantul se poate adresa direct Consiliului în termen de cel mult 30 de zile de la data difuzării sau accesării ori vizionării programului audiovizual sau a materialului video care a produs lezarea.

Art. 66 - Furnizorul de servicii media audiovizuale poate refuza exercitarea dreptului la replică sau la rectificare în următoarele situații:

a) cererea nu a fost trimisă în termenul și în condițiile prevăzute la art. 64;

b) furnizorul de servicii media audiovizuale deține dovezi care probează adevărul faptelor prezentate sau, după caz, este îndeplinită una dintre condițiile prevăzute la art. 61 și art. 62 alin. (2).

c) lungimea textului replicii depășește cu mult necesarul dreptului la replică și persoana lezată nu acceptă scurtarea textului.

Art. 67 - (1) În termen de două zile de la primirea cererii, furnizorul de servicii media audiovizuale este obligat să comunice, în scris, solicitantului fie ziua și ora difuzării dreptului la replică sau a rectificării, fie motivul refuzului.

(2) În termen de două zile de la primirea cererii, furnizorul de servicii media audiovizuale la cerere este obligat să comunice, în scris, solicitantului fie link-ul de acces către difuzarea dreptului la replică sau a rectificării, încărcat lângă programul care a produs lezarea, fie motivul refuzului.

(3) Refuzul motivat va preciza în mod obligatoriu posibilitatea solicitantului de a se adresa Consiliului în termen de cel mult 30 de zile de la data difuzării programului care a produs lezarea.

Art. 68 - (1) Dreptul la replică va fi difuzat gratuit, fără comentarii ale furnizorului de servicii media audiovizuale, în termen de maximum 3 zile de la data aprobării cererii, în aceleași condiții în care drepturile sau interesele legitime ale persoanei au fost lezate, astfel:

a) în cazul radiodifuzorului, în cadrul aceluiași interval orar, al aceleiași emisiuni, în limitele aceleiași durate și cu precizarea emisiunii în care s-a produs lezarea;

b) în cazul furnizorului de servicii media audiovizuale la cerere, lângă programul care a produs lezarea, prin indicarea unui link de acces către difuzarea dreptului la replică.

(2) În situația prevăzută la alin. (1) lit. a), dacă următoarea ediție a emisiunii în care s-a produs lezarea este programată într-un termen mai lung de 7 zile, calculat de la data aprobării cererii, dreptul la replică se difuzează în maximum 3 zile de la această dată, în același interval orar și cu precizarea emisiunii în care s-a produs lezarea.

(3) În situația prevăzută la alin. (1) lit. a), dreptul la replică se exercită fie prin difuzarea pe post a intervenției directe a persoanei lezate, fie prin difuzarea unei înregistrări realizate de radiodifuzor sau de solicitant; înregistrarea realizată de solicitant trebuie să corespundă standardelor tehnice utilizate de radiodifuzor.

(4) În situația în care solicitantul este de acord, dreptul la replică poate fi difuzat și sub forma unui text scris.

Art. 69 - (1) Dreptul la rectificare se exercită prin difuzarea gratuită pe post, în termen de maximum 3 zile de la data aprobării cererii, în același interval orar, a unor precizări prin care radiodifuzorul corectează informațiile eronate care au produs lezarea, menționând emisiunea în care au fost prezentate informațiile eronate și data difuzării ei.

(2) Dreptul la rectificare se exercită prin difuzarea în termen de maximum 3 zile de la data aprobării cererii, a unor precizări prin care furnizorul de servicii media audiovizuale la cerere corectează informațiile eronate care au produs lezarea, prin indicarea unui link de acces, încărcat lângă programul în cauză.

(3) Forma rectificării trebuie convenită în prealabil cu persoana lezată.

Cap. II

Sesizarea Consiliului Național al Audiovizualului

Art. 70 - Solicitantul căruia i s-a refuzat de către furnizorul de servicii media audiovizuale dreptul la replică ori la rectificare se poate adresa Consiliului în termen de maximum 30 de zile de la data difuzării, respectiv a accesării, programului care a produs lezarea.

Art. 71 - Sesizarea, însoțită de întreaga documentație referitoare la cererile de acordare a dreptului la replică sau la rectificare, se înregistrează la Serviciul Cancelaria Consiliului.

Art. 72 - Consiliul este obligat să se pronunțe asupra sesizării în termen de cel mult 7 zile de la data înregistrării ei.

Art. 73 - În cazul în care Consiliul dă câștig de cauză solicitantului, furnizorul de servicii media audiovizuale va duce la îndeplinire decizia Consiliului în termen de cel mult 3 zile de la data comunicării ei.

Art. 74 - Acordarea dreptului la replică sau la rectificare nu împiedică persoana ale cărei drepturi sau interese legitime au fost lezate să se adreseze instanțelor judecătorești.

Art. 75 - (1) Furnizorii de servicii media audiovizuale la cerere au obligația să publice, pe pagina web de start a serviciului, la loc vizibil:

a) informațiile, detaliate, clare și actualizate, precizate la art. 48 din Legea audiovizualului;

b) adresa poștală și cea a site-ului CNA.

(2) Furnizorii de servicii media audiovizuale la cerere au obligația să asigure, pe pagina web de start a serviciului, un link către formularul pentru sesizări și reclamații.

Titlul VI

Înregistrarea programelor difuzate în cadrul serviciilor media audiovizuale și informarea publicului

Art. 76 - (1) Radiodifuzorii au obligația de a asigura înregistrarea programelor/emisiunilor de radio sau de televiziune pe care le difuzează, în timp real, integral și simultan cu transmisia lor.

(2) Înregistrările programelor/emisiunilor vor fi păstrate timp de 90 de zile după data difuzării.

Art. 77 - Radiodifuzorii sunt obligați să pună la dispoziția Consiliului, la cerere, înregistrările programelor de televiziune și/sau de radio solicitate, într-un format digital uzual, cum ar fi: video -.avi, .wmv, .mp4, .asf/rezoluție minimă 360p și audio -.wma, .mp3/calitate minimă 64 kbps, după caz, astfel:

a) pe suport CD/DVD/HDD extern, memory stick USB;

b) prin transfer pe Internet, cu accesarea unui server FTP pus la dispoziție de radiodifuzor.

Art. 78 - (1) Termenul de transmitere a înregistrărilor programelor de televiziune și/sau de radio este de maximum 5 zile calendaristice de la data primirii de către radiodifuzor a solicitării din partea Consiliului.

(2) În situația în care înregistrările programelor de televiziune și/sau de radio sunt necesare pentru soluționarea unei solicitări a dreptului la replică sau rectificare, termenul de transmitere este de maximum 48 de ore de la data primirii de către radiodifuzor a solicitării din partea Consiliului.

Art. 79 - Furnizorul de servicii media audiovizuale la cerere trebuie să păstreze o copie a fiecărui program inclus în serviciul media audiovizual la cerere cel puțin 90 de zile de la data la care programul încetează să fie disponibil în catalogul de programe pentru vizualizare.

Art. 80 - (1) Furnizorii de servicii media audiovizuale la cerere sunt obligați să pună la dispoziția Consiliului, la cerere, în maximum 3 zile de la solicitare, copia programului într-un format standard care să permită vizualizarea programului așa cum acesta a fost pus la dispoziție publică pentru vizualizare.

(2) Copia programului, solicitat potrivit dispozițiilor alin. (1), se depune la Consiliu, personal sau de către un reprezentant al solicitantului, sub luare de semnătură, ori se transmite prin e-mail ca înscris în formă electronică căruia i s-a încorporat, atașat sau i s-a asociat logic o semnătură electronică extinsă, bazată pe un certificat calificat nesuspendat sau nerevocat la momentul respectiv și generată cu ajutorul unui dispozitiv securizat de creare a semnăturii electronice.

Art. 81 - (1) Furnizorul de servicii media audiovizuale la cerere are obligația de a pune la dispoziția publicului informații detaliate, clare și actualizate privind prețurile și tarifele aplicabile, precum și condițiile tehnice și comerciale de utilizare a serviciilor media audiovizuale la cerere, pentru a asigura posibilitatea utilizatorilor de a alege în cunoștință de cauză, în conformitate cu prevederile legislației privind protecția consumatorilor.

(2) Furnizorul de servicii media audiovizuale la cerere are obligația de a redacta și prezenta informațiile prevăzute la alin. (1) într-o manieră care să le permită utilizatorilor parcurgerea cu ușurință a acestora. Condițiile sau termenele care afectează anumite oferte vor fi prezentate în același format și cu aceleași caractere grafice folosite pentru redactarea ofertelor.

Titlul VII

Asigurarea informării corecte și a pluralismului

Art. 82 - (1) În virtutea dreptului fundamental al publicului la informare, furnizorii de servicii media audiovizuale trebuie să respecte următoarele principii:

- a) asigurarea unei distincții clare între fapte și opinii;
- b) informarea cu privire la un subiect, fapt sau eveniment să fie corectă, verificată și prezentată în mod imparțial și cu bună-credință.

(2) În cazul în care informațiile prezentate se dovedesc a fi eronate în mod semnificativ, furnizorul de servicii media audiovizuale trebuie să aducă rectificările necesare în cel mai scurt timp și în condiții similare de difuzare.

(3) În cazul în care informația provine din surse confidențiale sau a căror credibilitate nu este suficient verificată, se va menționa explicit acest fapt.

Art. 83 - În emisiunile de știri și dezbateri, furnizorii de servicii media audiovizuale trebuie să respecte următoarele reguli:

- a) rigoare și acuratețe în redactarea și prezentarea știrilor;
- b) între subiectul tratat și imaginile ce însoțesc comentariul să existe o conexiune reală;
- c) titlul afișat pe ecran să reflecte cât mai fidel esența faptelor și datelor prezentate în acel moment;

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 pe tot parcursul înregistrării; dacă imaginile provin de un alt post de televiziune, trebuie precizat acest lucru înainte de difuzarea lor, iar sigla postului de la care au fost preluate trebuie să fie vizibilă pe tot parcursul difuzării;

f) în enunțarea unor ipoteze sau a unor relații de cauzalitate privind producerea unor eventuale catastrofe sau a altor evenimente cu impact major și/sau care riscă să producă panică, să se solicite și punctul de vedere al autorității publice abilitate, precum și al unui specialist în domeniul relevant;

g) în cazul relatării și a dezbaterii cazurilor de suicid să se evite: dezvăluirea identității persoanei care a decedat prin suicid, cu excepția situației în care există acordul familiei sau când prevalează un interes public justificat; prezentarea în detaliu a manierei în care s-a produs suicidul; asocierea cauzală între suicid și dificultățile de viață cu care s-a confruntat persoana înainte de comiterea actului; în intervievarea familiei și a prietenilor apropiați persoanei decedate trebuie să se ia în calcul gradul de afectare psihologică a acestora;

h) pentru prezentarea unui caz de sinucidere: să se furnizeze informații echilibrate despre comportamentul suicidal, tratamentul și prevenirea sinuciderii; să se furnizeze informații și să se menționeze datele de contact ale instituțiilor care pot oferi ajutor specializat la intervenție și prevenție în suicid.

Art. 84 - (1) În programele de știri și dezbateri informarea în probleme de interes public, de natură politică, economică, socială sau culturală, trebuie să asigure imparțialitatea și echilibrul și să favorizeze libera formare a opiniilor, prin prezentarea principalelor puncte de vedere aflate în opoziție, în perioada în care problemele sunt în dezbateră publică.

(2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 85 - (1) În exercitarea dreptului lor de a-și exprima opinii sau puncte de vedere în legătură cu subiecte de interes public, prezentatorii și moderatorii trebuie să asigure o separare clară a opiniilor de fapte și nu trebuie să profite de apariția lor constantă în programe într-un mod care să contravină exigențelor de asigurare a imparțialității.

(2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 86 - Furnizorii de servicii media audiovizuale nu pot difuza emisiuni de știri și 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 alegerile locale, parlamentare sau prezidențiale.

Art. 87 - În programele de știri și de dezbateri, furnizorii de servicii media audiovizuale trebuie să asigure diversitatea și echilibrul punctelor de vedere, ținând cont de temele aflate în dezbateri.

Art. 88 - (1) În cadrul programelor de știri și dezbateri care abordează probleme de interes public privind minoritățile etnice, religioase sau sexuale se va prezenta și un punct de vedere al acestora.

(2) Se admite doar promovarea religioasă a cultelor religioase recunoscute de stat.

(3) Dispozițiile alin. (1) și (2) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 89 - (1) Prezentarea sondajelor de opinie va fi însoțită în mod obligatoriu de următoarele informații:

a) denumirea celor care au solicitat și a celor care au realizat sondajul;

- b) perioada în care a fost efectuat sondajul și metodologia utilizată;
- c) dimensiunea eșantionului și marja maximă de eroare.

(2) Indiferent de modalitatea de interogare a publicului, 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 dispozițiile art. 33;
- 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”, afișată lizibil pe o durată de minimum 5 secunde, în condițiile art. 115 alin. (1).

(3) În cazul invocării răspunsurilor primite din partea publicului pe o anumită temă, furnizorii de servicii media audiovizuale vor menționa numărul total de mesaje primite, indiferent de mijloacele de comunicare utilizate.

(4) Comunicarea în cadrul unui program a numerelor de apel ale serviciilor de telefonie trebuie să respecte dispozițiile alin. (1) lit. a) și c) și alin. (2) și (3) ale art. 112, precum și dispozițiile art. 115 alin. (1).

Art. 90 - Furnizorii de servicii media audiovizuale trebuie să precizeze calitatea politică a persoanelor care își exprimă punctele de vedere în probleme de interes public.

Art. 91 - (1) Este interzisă difuzarea de producții audiovizuale în care sunt promovate cazuri de vindecare a unor boli grave cu ajutorul tratamentelor convenționale sau neconvenționale, dacă diagnosticul și actele medicale care îl atestă nu au fost certificate de Colegiul Medicilor din România ori de instituții similare din străinătate.

(2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 92 - (1) Informațiile difuzate în cazurile de răpiri sau deturnări nu trebuie să aducă prejudicii eforturilor depuse pentru soluționarea lor și să pună în pericol viața persoanelor în cauză.

(2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 93 - (1) Relatările despre dezastre sau tragedii colective trebuie să fie realizate cu decență și discernământ, fără a induce panică.

(2) Furnizorii de servicii media audiovizuale nu trebuie să repete nejustificat imaginile șocante.

(3) Furnizorii de servicii media audiovizuale au obligația de a prezenta și poziția exprimată de autoritățile publice abilitate.

(4) Este interzisă dezvăluirea de către furnizorii de servicii media audiovizuale a identității victimelor până la comunicarea oficială a acesteia.

Art. 94 - (1) Furnizorii de servicii media audiovizuale se vor asigura ca în relatările despre accidente să nu fie difuzat niciun indiciu care ar putea duce la identificarea victimelor, cu excepția situației în care există acordul acestora sau al familiei sau când prevalează un interes public justificat.

(2) În cazul accidentelor, în special al celor cu consecințe juridice, informația difuzată trebuie:

- a) să fie obiectivă, verificată și prezentată în mod imparțial și cu bună-credință, în raport cu toate persoanele implicate în accident;
- b) să respecte principiul prezumției de nevinovăție;
- c) să fie completă, urmărindu-se evoluția demersului juridic.

Art. 95 - (1) Informațiile și comunicatele oficiale ale autorităților publice cu privire la dezastre, la starea de urgență sau la starea de asediu se difuzează integral și cu prioritate.

(2) Decretul de instituire a stării de asediu sau a stării de urgență se difuzează pe posturile de radio și de televiziune în cel mult două ore de la semnare și repetat în primele 24 de ore de la instituirea stării de asediu sau de urgență.

(3) Informațiile cu privire la starea de asediu sau la starea de urgență, cu excepția celor referitoare la dezastre, se dau publicității numai cu avizul autorităților militare.

(4) Pe timpul stării de asediu sau al stării de urgență radiodifuzorii sunt obligați să transmită, cu prioritate, mesajele autorităților militare, la cererea acestora.

Art. 96 - (1) Furnizorii de servicii media audiovizuale care dau publicității date, informații, avertizări și prognoze meteorologice sunt obligați să precizeze sursa de informare.

(2) Serviciile publice de radio și de televiziune sunt obligate să comunice, în mod repetat, avertizările referitoare la fenomenele meteorologice periculoase.

Art. 97 - (1) Prezența siglei serviciului de programe de televiziune pe întreaga durată a difuzării, cu excepția timpului afectat publicității, este obligatorie.

(2) Orice transmisiune în direct va fi însoțită permanent de mențiunea „Direct”.

(3) Orice transmisiune sportivă înregistrată va fi însoțită permanent de mențiunea „Înregistrare”, cu excepția primei difuzări, când va fi însoțită permanent de mențiunea „Premieră”.

(4) La difuzarea în reluare a programelor se va face mențiunea „Reluare” pe întreaga durată a difuzării acestora, cu excepția operelor cinematografice.

(5) La difuzarea unor imagini și/sau înregistrări sonore de arhivă se va face datarea acestora ori mențiunea „Arhivă”.

(6) Nu este permisă prezentarea ca transmisiune directă a programelor înregistrate.

(7) Radiodifuzorii au obligația de a înștiința publicul dacă interpretarea unor piese muzicale este play-back.

Art. 98 - Furnizorii de servicii media audiovizuale au obligația să nu utilizeze în programe impulsuri audio și video subliminale, de natură electronică și informatică, ce pot influența publicul.

Art. 99 - Radiodifuzorii au obligația de a respecta programul anunțat; fac excepție situațiile de forță majoră.

Art. 100 - (1) În cazul transmisiei unei competiții sportive interne, furnizorii de servicii media audiovizuale au obligația de a afișa permanent competitorii, scorul și minutul, dacă și în măsura în care natura competiției, numărul de competitori sau alte elemente specifice ale competiției presupun asemenea informații sau permit această afișare fără a afecta integritatea și calitatea transmisiei.

(2) În cazul transmisiei unei competiții sportive externe, obligația prevăzută la alin. (1) va fi îndeplinită în aceleași condiții, cu excepția situației în care grafica transmisiei este furnizată de către organizator sau de către deținătorul drepturilor, după caz.

Art. 101 - Furnizorii de servicii media audiovizuale trebuie să se asigure că imaginile, conținuturile audio și video artificiale și orice alte conținuturi audiovizuale sintetice realizate în mod realist, sunt însoțite pe toată durata

difuzării de avertizarea scrisă: „Conținut audiovizual realizat cu ajutorul inteligenței artificiale!”.

Titlul VIII

Responsabilități culturale

Art. 102 - (1) Furnizorii de servicii media audiovizuale au obligația de a asigura respectarea normelor ortografice, ortoepice și morfologice ale limbii române, stabilite de Academia Română.

(2) - Furnizorii de servicii media audiovizuale sunt încurajați să inițieze proiecte în vederea promovării educației pentru media.

Art. 103 - Serviciile media audiovizuale trebuie să reflecte diversitatea spațiului cultural românesc și european.

Art. 104 - Radiodifuzorii aflați în jurisdicția României au obligația de a asigura în cadrul fiecărui serviciu de programe de televiziune îndeplinirea următoarelor cerințe:

a) să rezerve operelor europene, astfel cum sunt definite la art. 1¹ din Legea audiovizualului, minimum 50% din timpul de difuzare, cu excepția timpului consacrat informațiilor, manifestărilor sportive, jocurilor, publicității, precum și serviciilor de teletext și teleshopping;

b) să rezerve operelor europene create de producători independenți cel puțin 10% din timpul de difuzare, cu excepția timpului consacrat informațiilor, manifestărilor sportive, jocurilor, publicității, precum și serviciilor de teletext și teleshopping, sau cel puțin 10% din bugetul lor de programe;

c) respectarea structurii programelor aprobate de Consiliu.

Art. 105 - Sunt exceptate de la prevederile art. 104 lit. a) și b) serviciile de programe de televiziune care îndeplinesc simultan următoarele condiții:

a) au o audiență potențială de până la 0,3% din populația recenzată a țării;

b) conținutul serviciului de programe este exclusiv de interes local.

Art. 106 - Radiodifuzorii aflați în jurisdicția României prezintă anual Consiliului un raport privind operele europene difuzate în cadrul serviciilor de programe, conform modelului prezentat în anexa nr. 3.

Art. 107 - (1) Dispozițiile art. 23 din Legea audiovizualului privind promovarea operelor audiovizuale europene se vor aplica în mod corespunzător serviciilor media audiovizuale la cerere, potrivit specificului acestor servicii.

(2) Furnizorii de servicii media audiovizuale la cerere au obligația să asigure promovarea operelor europene prin punerea în evidență a acestora, care se poate realiza prin o secțiune special dedicată, accesibilă de la pagina de pornire a serviciului, prin instrumente de căutare sau prin asigurarea unui procentaj minim de opere europene promovate din catalogul respectivului serviciu.

(3) În sensul dispozițiilor art. 23 alin. (3) din Legea audiovizualului, potrivit căroră obligația de raportare nu se aplică furnizorilor de servicii media audiovizuale la cerere cu un nivel de audiență mai mic de 1%, audiența unui serviciu media audiovizual la cerere ar trebui să fie determinată prin raportarea numărului de abonați sau, după caz, de vizitatori unici ai serviciului respectiv la numărul de abonați la nivel național la serviciile de transmisie de date care asigură accesul la internet în bandă largă.

(4) În scopul aplicării dispozițiilor alin. (1) și (2), furnizorii au obligația de a preciza țara de origine a fiecărui program audiovizual disponibil în catalog.

(5) Centrul Național al Cinematografiei va transmite Consiliului datele aferente contribuțiilor financiare impuse furnizorilor în temeiul art. 13 alin. (1) lit.

h) și h¹) din Ordonanța Guvernului nr. 39/2005 privind cinematografia, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 328/2006, cu modificările și completările ulterioare, în vederea respectării obligațiilor prevăzute la art. 10 alin (9) din Legea audiovizualului.

Art. 108 - Furnizorii de servicii media audiovizuale la cerere aflați în jurisdicția României au obligația de a completa și de a transmite anual Consiliului un raport privind operele europene difuzate în cadrul serviciilor media audiovizuale la cerere, conform modelului prezentat în anexa nr. 4.

Titlul IX

Emisiuni interactive, jocuri și concursuri

Art. 109 - (1) Jocurile de noroc pot fi difuzate în cadrul unui program audiovizual sau pot fi subiect al unei comunicări comerciale audiovizuale numai dacă sunt autorizate în condițiile legii.

(2) Este interzisă difuzarea de jocuri-concurs cu câștiguri de orice fel, prin intermediul liniilor telefonice sau al altor sisteme de telecomunicație, televiziune ori radio, prin care se condiționează obținerea unor avantaje materiale ca rezultat al răspunsurilor formulate la întrebări adresate publicului și care presupun o taxă de participare.

(3) În intervalul orar 06,00 – 23,00 sunt interzise programele audiovizuale care conțin jocuri de noroc, precum și spoturile publicitare care promovează astfel de jocuri, cu excepția spoturilor publicitare referitoare la pariuri care pot fi difuzate și în timpul transmisiunilor sportive în direct.

(4) În cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc, programele audiovizuale care conțin jocuri de noroc, precum și

spoturile publicitare care promovează astfel de jocuri, trebuie să se difuzeze cu respectarea protecției minorilor.

(5) Jocurile de noroc nu pot fi incluse în programele adresate minorilor și nici nu este permisă incitarea acestora să participe la astfel de jocuri.

(6) Jocurile de noroc trebuie să respecte regulile informării corecte, iar regulamentul lor de desfășurare trebuie să fie clar și adus la cunoștință în mod corespunzător.

(7) Este interzisă difuzarea de publicitate pentru jocuri de noroc în care sunt prezente personalități ale vieții publice, culturale, științifice, sportive sau alte persoane, care, datorită notorietății în mediul online, pot încuraja participarea la astfel de jocuri.

(8) La începutul și pe parcursul desfășurării programului, publicul va fi informat, vizual și auditiv, despre caracterul jocului, condițiile de participare și de tarifare, modalitățile de acces și de atribuire a câștigurilor.

(9) Anterior programării difuzării jocului, furnizorii de servicii media audiovizuale au obligația să aducă la cunoștința Consiliului datele principale din licența sub care acesta este organizat.

(10) Este interzisă solicitarea insistent adresată publicului de a participa la joc.

Art. 110 - (1) Nu pot fi difuzate emisiuni interactive în care:

a) publicul apelează la vrăjitori și prezicători sau la activități interzise prin lege;

b) se atribuie câștiguri în produse ori servicii pentru care este interzisă prin lege comunicarea comercială audiovizuală.

(2) Este interzisă prezentarea sau oferirea de consultații și tratamente medicale neavizate de Colegiul Medicilor din România în emisiunile interactive.

(3) Sunt interzise programele erotice interactive.

(4) Dispozițiile alin. (1) - (3) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 111 - (1) Concursurile interactive pot fi difuzate în cadrul programelor audiovizuale numai dacă sunt îndeplinite cumulativ următoarele condiții:

a) au drept scop exclusiv fidelizarea, divertismentul sau educarea publicului;

b) sunt inserate numai în programe educative și de divertisment sau sunt difuzate ca emisiuni-concurs;

c) nu presupun taxă de participare directă sau disimulată, cum ar fi suprataxa percepută de serviciile de telefonie cu valoare adăugată;

d) respectă regulile informării corecte;

e) câștigurile sau premiile sunt atribuite în baza unui regulament adus la cunoștința publicului.

(2) Este interzisă descrierea calității produselor sau a serviciilor oferite ca premii în cadrul unui concurs interactiv, cu excepția mărcii și a valorii

(3) Fac excepție de la prevederile alin. (2) produsele sau serviciile culturale.

(4) Este interzisă oferirea de premii în bani sau cadouri nepotrivite vârstei minorilor în concursurile interactive destinate acestora.

(5) Dispozițiile alin. (1) - (4) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc

Art. 112 - (1) Comunicarea în cadrul unui program a numerelor de apel ale serviciilor de telefonie, în scopul invitării publicului de a participa la un joc de noroc sau concurs interactiv, trebuie să respecte următoarele cerințe:

a) să pună la dispoziția publicului informații clare privind tariful aplicat de furnizor pe unitatea de timp, incluzând taxa pe valoarea adăugată și, după caz, toate taxele suplimentare;

b) să informeze corect publicul cu privire la condițiile și modalitatea de a intra în posesia premiului oferit, inclusiv eventualele costuri suplimentare;

c) în situația în care tariful se aplică în mod automat din momentul formării numărului (apel fără răspuns), acest lucru va fi adus la cunoștința publicului pe parcursul emisiunii, periodic, atât sub formă scrisă, cât și oral.

(2) În cadrul serviciilor de programe de televiziune, tariful aplicat de furnizorul de servicii de telefonie va fi prezentat lizibil, pe întreaga durată de afișare a numărului de apel, utilizându-se caractere cu dimensiuni identice cu cele ale numărului de apel.

(3) În cadrul serviciilor de programe de radiodifuziune sonoră, tariful aplicat de furnizorul de servicii de telefonie va fi precizat imediat după comunicarea numărului de apel, astfel încât să fie clar perceput de radioascultător.

(4) În cazul concursurilor cu premii care în mod normal implică o durată a apelului mai mare de 3 minute, publicul va fi informat în condițiile prevăzute la alin. (2) și (3) privind afișarea tarifului aplicat.

(5) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Titlul X

Comunicări comerciale audiovizuale

Cap. I

Dispoziții generale

Art. 113 - (1) Comunicările comerciale audiovizuale trebuie să respecte, indiferent de formă și de durată, principiile de protecție a minorului, de informare corectă a publicului, de respectare a demnității umane, de asigurare a unei concurențe loiale și să nu utilizeze practici comerciale incorecte, înșelătoare sau agresive, așa cum ele sunt definite de Legea nr. 363/2007 privind combaterea practicilor incorecte ale comercianților în relația cu consumatorii și armonizarea reglementărilor cu legislația europeană privind protecția consumatorilor, cu modificările și completările ulterioare.

(2) Este interzisă publicitatea care prejudiciază după criteriul de sex respectul pentru demnitatea umană, aducând atingere imaginii unei persoane în viața publică și/sau particulară, precum și a unor grupuri de persoane.

(3) Este interzisă utilizarea în publicitate a situațiilor în care persoanele, indiferent de apartenența la un sex, sunt prezentate în atitudini degradante, umilitoare și cu caracter pornografic, inclusiv prin folosirea stereotipurilor de gen.

(4) Furnizorii de servicii media audiovizuale trebuie să asigure un nivel uniform al volumului sonor pentru programele audiovizuale și comunicările comerciale audiovizuale difuzate.

(5) Prevederile codului privind comunicările comerciale se aplică în mod corespunzător în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc ținând cont de specificul acestora, momentul vizionării programelor audiovizuale fiind ales de către utilizator.

Art. 114 - În vederea informării publicului, programele și/sau materialele video încărcate și/sau generate în canalul propriu de furnizorul de servicii media audiovizuale la cerere, care conțin publicitate vor fi însoțite de:

a) mențiunea scrisă „*Acest program conține publicitate*”, afișată la începutul difuzării conținutului audiovizual, pentru o durată de maximum 5 secunde;

b) precizarea că programul și/sau materialul video respectiv conține publicitate, menționată în descrierea conținutului audiovizual încărcat și/sau generat în canalul propriu, după caz.

Art. 115 - (1) În scopul unei informări corecte, orice informație sau avertizare conținută într-o comunicare comercială audiovizuală se difuzează astfel încât aceasta să fie clar percepută de public, în special prin asigurarea următoarelor măsuri:

a) să fie prezentată static, lizibil și pe o durată suficientă, în cazul informației difuzate sub formă de videotext; dimensiunea caracterelor trebuie să fie de minimum 17 puncte în format SD, definiție standard, respectiv 32 în format HD, înaltă definiție;

b) să fie redată la viteză normală de citire.

(2) În cadrul comunicărilor comerciale audiovizuale pentru instituții financiare nebancare, informația cu privire la dobânda anuală efectivă (DAE) trebuie să fie prezentată distinct pe toată durata difuzării, iar dimensiunea caracterelor trebuie să fie de minimum 51 puncte în format SD, definiție standard, respectiv 96 în format HD, înaltă definiție.

(3) Comunicările comerciale audiovizuale referitoare la ofertele instituțiilor financiare nebancare trebuie să conțină, indiferent de modalitatea de difuzare, avertizarea sonoră și scrisă: „Citiți cu atenție prevederile contractuale. Acest tip de împrumut prezintă un grad ridicat de risc financiar.”, care va fi inclusă în conținutul fiecărui spot publicitar, la finalul acestuia, pe un fundal neutru, în condiții care să asigure o percepție clară a mesajului, cu respectarea prevederilor alin. (1).

(4) Pe posturile de radiodifuziune avertizarea prevăzută la alin. (3) va fi inclusă doar sonor în finalul spotului, cu respectarea prevederilor alin. (1) lit. b).

(5) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 116 - În sensul prezentului titlu, prin **reminder** se înțelege clipul publicitar sub formă prescurtată care îndeplinește cumulativ următoarele condiții:

a) este o parte, o continuare și/sau o completare a aceleiași campanii publicitare la un anumit produs sau serviciu, realizată în cadrul aceluiași serviciu media audiovizual;

b) reamintește publicului elemente din mesajul difuzat în spotul principal al campaniei publicitare;

c) are o durată de maximum 10 secunde.

Art. 117 - (1) Comunicările comerciale pentru convorbiri telefonice erotice, precum și pentru produse și servicii cu destinație sexuală sunt interzise.

(2) Dispozițiile alin. (1) nu se aplică dispozitivelor medicale cu rol de prevenire a bolilor cu transmitere sexuală și de control al concepției reglementate prin legislația specifică.

(3) Comunicările comerciale pentru publicații, filme ori spectacole erotice se difuzează în aceleași condiții cu cele stabilite pentru programele 18.

(4) Este interzisă difuzarea oricărei forme de comunicare comercială sau de promovare a produselor cu caracter pornografic

Cap. II

Sponsorizare

Art. 118 - (1) Programul audiovizual sponsorizat trebuie să poată fi clar identificat ca atare de către public.

(2) Anunțurile de sponsorizare, prin care se menționează existența acordului de sponsorizare a unui program audiovizual, trebuie să fie în mod clar separate de publicitate, să prezinte numai numele, marca, imaginea, activitatea sau produsele sponsorului și 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 sponsorului sau ale unui terț.

(3) Anunțul de sponsorizare poate fi făcut prin:

- a) referire verbală și/sau scrisă;
- b) insert grafic;
- c) ecran partajat.

(4) Prin **insert grafic** se înțelege reprezentarea, statică sau în mișcare, cu sau fără sunet, a mărcii, astfel cum aceasta este definită potrivit legii, a siglei sau a altui simbol prin care se identifică sponsorul ori imaginea unui produs reprezentativ al acestuia.

(5) Inserturile grafice și ecranul partajat nu trebuie să afecteze integritatea editorială a programului; ecranul partajat va include mențiunea „Sponsor”/„Sponsori” pe întreaga durată a difuzării acestuia.

(6) Anunțurile de sponsorizare difuzate în interiorul programului nu pot depăși 30 de secunde pentru fiecare perioadă de 30 de minute a duratei programate.

(7) În situația prezenței în programul audiovizual sponsorizat a reprezentanților sponsorilor, referirile la sponsori nu trebuie să depășească 30 de secunde pentru fiecare sponsor.

(8) În situația în care un program audiovizual este sponsorizat de mai mulți sponsori, radiodifuzorul trebuie să anunțe toți sponsorii cel puțin la sfârșitul programului.

(9) În anunțul sponsorului nu trebuie să existe nicio conexiune cu publicitatea difuzată ori cu plasarea de produse referitoare la produsele sau serviciile sponsorului.

(10) În cazul autopromovării emisiunilor sponsorizate, se pot prezenta, la sfârșitul spotului, pe o durată de maximum 5 secunde, mărcile sponsorilor.

(11) Anunțul de autopromovare a unui program sponsorizat care face referire la mărcile sponsorilor poate fi difuzat de maximum 5 ori pe zi.

(12) Dispozițiile alin. (1) și (2) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 119 - În vederea informării publicului, programele și/sau materialele video încărcate și/sau generate în canalul propriu de furnizorul de servicii media audiovizuale la cerere, care conțin sponsorizare vor fi însoțite de:

a) mențiunea scrisă „*Acest program conține sponsorizare*”, afișată la începutul, în cuprinsul și/sau la sfârșitul difuzării conținutului audiovizual, pentru o durată de maximum 5 secunde;

b) precizarea că programul și/sau materialul video respectiv conține sponsorizare, menționată în descrierea conținutului audiovizual încărcat și/sau generat în canalul propriu, după caz.

Art. 120 - (1) Nu pot fi sponsorizate programele jurnalelor de știri și programele de actualități politice.

(2) Niciun program audiovizual nu poate fi sponsorizat de producători de tutun, precum și de țigarete electronice și de flacoane de reumplere.

(3) Este interzisă difuzarea în intervalul orar 6,00 - 22,00 a emisiunilor sponsorizate de companiile al/a căror nume sau marcă este identic/identică cu numele ori marca unei băuturi spirtoase.

(4) Emisiunile/Programele audiovizuale nu pot fi sponsorizate de către persoane fizice ori juridice care au ca obiect principal de activitate fabricarea sau vânzarea de produse ori furnizarea de servicii a căror publicitate este interzisă.

(5) Dispozițiile alin. (1), (2) și (4) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 121 - (1) Nu trebuie să existe nicio conexiune între numele, marca sau imaginea sponsorului și denumirea emisiunii.

(2) Emisiunile destinate minorilor nu pot fi sponsorizate de către persoane fizice sau juridice a căror activitate principală este fabricarea ori comercializarea băuturilor alcoolice, a produselor și tratamentelor medicale sau a suplimentelor alimentare, precum și de către cele care organizează jocuri și concursuri interzise minorilor.

(3) Dispozițiile alin. (1) și (2) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Cap. III

Plasarea de produse

Art. 122 - (1) Prin **plasare de produse** se înțelege orice formă de comunicare comercială audiovizuală ce constă în includerea sau referirea la un produs, la un serviciu sau la mărcile acestora, prin inserarea în cadrul unui program sau al unui material video generat de utilizator, în schimbul unei plăți sau al unei retribuiții similare unei plăți.

(2) Plasarea de produse se semnalează, la începutul și la sfârșitul programului, precum și la reluarea după fiecare pauză publicitară, prin simbolul „PP” de culoare albă pe fond negru, afișat lizibil, cu o dimensiune de minimum 30 de puncte în format SD, definiție standard, respectiv 60 în format HD, înaltă definiție, și pentru o durată de minimum 5 secunde.

(3) Plasarea de produse nu exclude sponsorizarea și/sau difuzarea de publicitate pentru aceleași produse sau servicii, în cadrul aceluiași program, cu respectarea dispozițiilor art. 118 alin. (9), precum și a celorlalte condiții impuse de Legea audiovizualului.

(4) Dispozițiile alin. (1) - (3) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 123 - În vederea informării publicului, programele și/sau materialele video încărcate și/sau generate în canalul propriu de furnizorul de servicii media audiovizuale la cerere, care conțin plasare de produse vor fi însoțite de:

a) mențiunea scrisă *„Acest program conține plasare de produse”*, afișată la începutul, în cuprinsul și la sfârșitul difuzării conținutului audiovizual, pentru o durată de maximum 5 secunde;

b) precizarea că programul și/sau materialul video respectiv conține plasare de produse, menționată în descrierea conținutului audiovizual încărcat și/sau generat în canalul propriu, după caz.

Cap. IV

Publicitate și teleshopping

Secțiunea 1

Dispoziții generale

Art. 124 - (1) Este interzisă orice formă de promovare a unor produse sau a unor servicii care sugerează publicului ori îl instigă să renunțe la alte produse sau servicii similare ori asemănătoare identificabile.

(2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 125 - Furnizorii de servicii media audiovizuale la cerere, difuzate prin intermediul platformelor de partajare a materialelor video, trebuie să ia măsuri corespunzătoare cu privire la comunicările comerciale audiovizuale pe care le promovează, comercializează sau le organizează în canalul propriu.

Art. 126 - (1) Este interzisă publicitatea care nu este conformă cu dispozițiile legale.

(2) Publicitatea pentru profesiile liberale se poate face cu respectarea normelor de conduită care reglementează profesiile respective.

(3) Dispozițiile alin. (1) și (2) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 127 - (1) Este interzisă difuzarea de emisiuni, în alte cazuri decât telepromovarea și teleshoppingul, în care sunt promovate bunuri sau servicii individualizate care pot fi identificate de public prin marcă, producător ori prin modalități de comercializare.

(2) Aceste restricții nu se referă la denumirea companiilor producătoare de bunuri sau prestatoare de servicii, precum și la produsele și serviciile culturale.

(3) Dispozițiile alin. (1) și (2) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 128 - (1) Sunt interzise publicitatea și teleshoppingul în care se utilizează practici comerciale înșelătoare sau practici comerciale agresive.

(2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 129 - (1) Publicitatea sau teleshoppingul care se referă la o ofertă specială trebuie să indice, în mod clar și neechivoc, perioada de valabilitate a ofertei în care se aplică prețul special sau alte condiții specifice ori, dacă este cazul, faptul că oferta specială se referă la stocul de bunuri sau pachetul de servicii disponibil.

(2) În cazul publicității ce include concursuri pentru promovarea unui produs sau serviciu se vor preciza perioada de desfășurare a concursului și regulamentul acestuia.

(3) Dispozițiile alin. (1) și (2) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 130 - (1) Calupurile publicitare trebuie separate clar, sonor și vizual, de programele audiovizuale, prin coperte neutre.

(2) În cadrul unui calup publicitar poate fi difuzat un singur grupaj de autopromovare.

(3) Pentru asigurarea condițiilor de identificare și separare, precizate la alin. (1), spoturile publicitare și de teleshopping se difuzează cu respectarea următoarelor reguli:

a) calupurile publicitare trebuie separate clar, sonor și vizual, de programele audiovizuale, prin coperte neutre, cu mențiunea „Publicitate”;

b) telepromovarea trebuie semnalată clar, sonor și vizual, și însoțită pe întreaga durată de difuzare de mențiunea „Publicitate”, afișată lizibil, cu o dimensiune de minimum 30 de puncte în format SD, definiție standard, respectiv 60 în format HD, înaltă definiție, și pe o durată de minimum 5 secunde;

c) mențiunea scrisă prevăzută la lit. b) va fi eliminată după o perioadă de 6 luni de la data intrării în vigoare a prezentei decizii și va fi înlocuită cu simbolul „P”, afișat în aceleași condiții de lizibilitate;

d) se interzice difuzarea de publicitate și de teleshopping în care apar prezentatori ai emisiunilor de știri și moderatori ai emisiunilor de actualități.

Art. 131 - În calitate de utilizatori, furnizorii de servicii media audiovizuale la cerere ale căror programe sau materiale video conțin comunicări comerciale audiovizuale promovate, comercializate sau organizate de către furnizorul de platformă de partajare a materialelor video, vor informa publicul cu privire la acest lucru.

Secțiunea a 2-a

Ecranul partajat

Art. 132 - (1) Publicitatea pe ecran partajat se difuzează cu respectarea următoarelor condiții cumulative:

a) să fie clar separată de conținutul editorial printr-o divizare a suprafeței ecranului, obținută prin afișarea spoturilor publicitare într-o fereastră publicitară distinctă de fereastra editorială; pentru a nu altera programul principal nu trebuie modificat raportul de aspect al imaginii acestuia, iar suprafața ferestrei publicitare nu trebuie să depășească 25% din suprafața ferestrei editoriale;

b) să fie ușor de identificat prin afișarea mențiunii „Publicitate”, pe toată durata difuzării acesteia.

(2) Este interzisă difuzarea de publicitate:

a) în mod simultan pe două sau mai multe ferestre partajate;

b) pe crawl.

(3) Este interzisă difuzarea publicității pe ecran partajat în următoarele categorii de programe audiovizuale:

- a) programe destinate minorilor;
- b) programe de știri, precum și în programele de dezbateri politice care se difuzează în timpul campaniilor electorale.

(4) Timpul de difuzare a publicității pe ecran partajat intră în calculul limitei de 20% din intervalele orare stabilite de Legea audiovizualului.

Secțiunea a 3-a

Publicitatea virtuală

Art. 133 - (1) Publicitatea virtuală se poate difuza numai în cadrul transmisiunii unor evenimente sportive, culturale sau expoziționale, cu respectarea următoarelor condiții cumulative:

- a) să existe acordul organizatorului evenimentului respectiv și al titularilor de drepturi;
- b) să nu aducă atingere integrității, valorii și/sau specificului evenimentului în care este plasată, să nu fie stridentă și obositoare din punct de vedere vizual;
- c) telespectatorii să fie informați asupra utilizării acestui procedeu publicitar, la începutul transmisiei evenimentului și după fiecare pauză, prin mențiunea „acest program conține publicitate virtuală”, afișată lizibil pe o durată de minimum 5 secunde.

(2) În cazul evenimentelor sportive, publicitatea virtuală poate să fie plasată pe suprafața de joc în timpul jocului, în pauza acestuia și după sfârșitul său. De asemenea, publicitatea virtuală poate fi plasată și în spațiile situate în

afara suprafeței de joc destinate de către organizatorul competiției plasării de panouri publicitare.

(3) Dispozițiile alin. (1) și (2) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc

Secțiunea a 4-a

Excepții. Spoturi izolate

Art. 134 - (1) Furnizorii de servicii media audiovizuale pot difuza în timpul transmisiei unei competiții sportive inserturi grafice, cu respectarea următoarelor condiții cumulative:

a) insertul grafic se difuzează numai în pauzele și momentele de întrerupere a competiției sportive;

b) durata unui insert să nu depășească 10 secunde, iar durata totală de difuzare pe întreaga transmisie să nu depășească două minute;

c) insertul grafic să fie plasat deasupra sau sub zona de difuzare a informației prevăzute la lit. a) și să nu depășească dimensiunile acesteia.

(2) Dimensiunea casetei grafice a insertului grafic, gradul acesteia de transparență și zona în care aceasta se plasează pe ecran se vor alege astfel încât să nu depășească dimensiunile graficii transmisiei și să nu se aducă atingere integrității sau valorii competiției sportive în care este plasată.

Art. 135 - (1) În cadrul serviciilor de programe de televiziune se pot difuza spoturi publicitare izolate numai dacă pauzele disponibile pentru inserarea spoturilor între părțile unui program, cum ar fi pauzele dintre rundele unui meci de box sau de tenis, sunt foarte scurte.

(2) Spotul izolat se difuzează în următoarele condiții cumulative:

a) durata spotului să nu depășească 30 de secunde;

b) să fie însoțit pe toată durata difuzării de un marcaj cât mai vizibil, constând în majuscula „P” încadrată într-un cerc cu suprafața transparentă, cu dimensiunea de minimum 30 de puncte în format SD, definiție standard, respectiv 60 în format HD, înaltă definiție, amplasat în partea din dreapta jos a ecranului.

Art. 136 - Radiodifuzorii pot difuza în timpul transmisiunilor sportive minispoturi de publicitate, cu respectarea cumulativă a următoarelor condiții:

- a) durata minispotului să nu depășească 10 secunde;
- b) să fie maximum două minispoturi pe o durată programată de 45 de minute;
- c) să fie inserate în momentele de întrerupere naturală a competiției, cum ar fi înlocuiri sau accidentări ale competitorilor, time-out-uri, modificări de scor, pauze de hidratare;
- d) să fie însoțite pe toată durata difuzării de un marcaj cât mai vizibil, constând în majuscula „P” încadrată într-un cerc cu suprafața transparentă, cu dimensiunea de minimum 30 de puncte în format SD, definiție standard, respectiv 60 în format HD, înaltă definiție, amplasat în partea din dreapta jos a ecranului.

Art. 137 - (1) În mod excepțional, în cadrul serviciilor de programe de televiziune pot fi difuzate, în intervalul orar 18,00 - 6,00, în alte situații decât cele precizate la art. 135, două spoturi publicitare izolate, cu respectarea regulilor de inserare a publicității.

(2) În cazul publicității pentru băuturi spirtoase, spotul publicitar izolat va fi difuzat numai în intervalul orar 23,00 - 6,00.

Secțiunea a 5-a

Publicitate la alcool

Art. 138 - (1) În intervalul orar 6,00 - 22,00 este interzisă orice formă de publicitate la băuturi spirtoase.

(2) În sensul prezentului cod, băuturile spirtoase sunt cele definite potrivit reglementărilor în vigoare ale Uniunii Europene.

Art. 139 - (1) Este interzisă difuzarea de spoturi publicitare la alcool în care apar minori.

(2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 140 - (1) Este interzisă difuzarea spoturilor de autopromovare și a concursurilor de fidelizare care conțin referiri la numele sau la marca unei băuturi spirtoase; în cadrul concursurilor nu pot fi oferite ca premii băuturi spirtoase.

(2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 141 - Calupurile publicitare în care se promovează băuturi spirtoase se vor încheia cu avertismentul sonor și vizual: „Consumul excesiv de alcool dăunează grav sănătății.”

Secțiunea a 6-a

Publicitate la alimente

Art. 142 - (1) Publicitatea la produsele alimentare trebuie să respecte următoarele condiții:

- a) să nu încurajeze consumul excesiv de alimente;
- b) să nu încurajeze consumul de alimente prin folosirea în publicitate a minorilor cu vârsta între 3 și 15 ani;

c) să nu sugereze renunțarea la consumul de fructe, legume sau de alimente naturale;

d) să respecte dispozițiile Regulamentului (CE) nr. 1924/2006 al Parlamentului European și al Consiliului din 20 decembrie 2006 privind mențiunile nutriționale și de sănătate înscrise pe produsele alimentare, precum și dispozițiile legislației naționale în vigoare referitoare la aceste produse.

(2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 143 - (1) În cazul în care publicitatea pentru sucuri și băuturi răcoritoare este ilustrată cu fructe și/sau legume, se va preciza în procente cantitatea de fructe și/sau legume conținută de produs.

(2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 144 - (1) În cazul utilizării la fabricarea produselor alimentare numai a aromelor de fructe și legume, se interzice ilustrarea proprietăților produsului cu imagini de fructe.

(2) În cazul utilizării exclusive a aromelor, acest fapt va fi menționat în spoturile de publicitate, scris și verbal, prin sintagma „cu gust de ...” sau, după caz, „cu aromă de ...”.

(3) Dispozițiile alin. (1) și (2) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 145 - (1) Sub rezerva derogărilor prevăzute de legislația Uniunii Europene și națională aplicabile produselor și suplimentelor alimentare și apelor minerale naturale, informațiile prezentate nu trebuie să le atribuie proprietăți de prevenire, de tratament și de vindecare a unei boli umane și nu trebuie să sugereze astfel de proprietăți.

(2) În publicitatea și teleshoppingul la suplimente alimentare, informațiile de prezentare a produselor vor conține exclusiv datele din eticheta, cutia, flaconul și/sau prospectul produsului, care au fost, după caz, avizate de către institutele naționale de sănătate publică din subordinea Ministerului Sănătății sau notificate de către Institutul Național de Sănătate Publică, precum și mențiunile nutriționale și de sănătate aprobate în conformitate cu Regulamentul (CE) nr. 1924/2006.

(3) Nu se vor atribui alimentelor proprietăți pe care acestea nu le posedă.

(4) În publicitatea pentru alimente adresată minorilor este interzisă folosirea celebrităților, personalităților sau medicilor.

(5) Dispozițiile alin. (1) - (3) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Secțiunea a 7-a – Mesaje de conștientizare

Art. 146 - Mesajele de conștientizare reprezintă acele mesaje care conțin un enunț sau cel mult două enunțuri și care se referă la anumite acțiuni menite să informeze și să încurajeze comportamente educative pentru publicul larg.

Art. 147 - (1) În cadrul calupurilor publicitare, furnizorii de servicii media audiovizuale pot difuza, alternativ, următoarele mesaje de conștientizare:

- a) „Șansele recuperării copilului cu autism cresc în primii trei ani de viață. Consultă medicul de familie pentru aplicarea screeningului în autism.”;
- b) „Crește-ți copilul cu dragoste, fără violență! Bătaia nu este o metodă de disciplinare.”;
- c) „Vaccinarea previne apariția unor boli grave. Vaccinarea este

esențială pentru sănătatea copilului tău.”;

d) „Pentru susținerea economiei locale, cumpărați în mod conștient produse și servicii autohtone.”;

e) „Consumul de droguri și jocurile de noroc dau dependență. Alege să nu îți distrugi viața, cere ajutor!”;

f) „Suplimentele alimentare nu vindecă și nu pot înlocui tratamentele prescrise de medic.”;

g) „Drepturile și libertățile fundamentale ale omului sunt garantate doar în democrație și sunt baza valorilor europene.”;

h) „Comercializarea către minori a alcoolului, a țigărilor și a băuturilor energizante este interzisă prin lege!”;

i) „Pentru a fi pregătiți în situații de urgență, consultați site-ul www.fiipregatit.ro!”;

j) „Fraudele online îți amenință siguranța financiară. Accesați site-ul www.dnsc.ro!”;

k) „Mai multă mișcare, mai puțin stres! Sportul îți îmbunătățește echilibrul fizic și mental!”;

l) „Și unei cărți îi poți da follow, like sau share. Intră în rețea: citește!”.

(2) Mesajele prevăzute la alin. (1) sunt valabile pentru o perioadă de 1 an, de la data intrării în vigoare a prezentei decizii.

(3) După expirarea perioadei menționate la alin. (2), Consiliul poate reînnoi lista mesajelor de conștientizare, în baza unei decizii a Consiliului.

(4) Lista mesajelor de conștientizare va cuprinde un număr de maximum 12 mesaje.

(5) Toate mesajele de conștientizare prevăzute la alin. (1) se difuzează alternativ pe parcursul unei zile, câte un mesaj inserat la sfârșitul unuia dintre

calupurile publicitare din cadrul fiecărei ore date din intervalul orar 6,00 - 22,00.

Secțiunea a 8-a

Publicitate la medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale, suplimente alimentare și la alimente cu destinație nutrițională specială

Art. 148 - (1) Prin publicitate audiovizuală pentru produse medicale se înțelege orice formă de promovare destinată să stimuleze distribuirea, consumul sau vânzarea medicamentelor și a dispozitivelor medicale.

(2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 149 - (1) Sunt interzise publicitatea și teleshoppingul pentru medicamentele și tratamentele medicale care necesită prescripție medicală.

(2) Pot fi difuzate numai materialele publicitare avizate de Agenția Națională a Medicamentului și a Dispozitivelor Medicale, în conformitate cu dispozițiile cuprinse în cap. VIII „Publicitatea” și cap. IX „Informarea publicului” din titlul XVIII „Medicamentul” al Legii nr. 95/2006 privind reforma în domeniul sănătății, republicată, cu modificările și completările ulterioare.

(3) În programele audiovizuale nu pot fi recomandate medicamente identificate prin marcă sau denumire comercială, tratamente medicale, farmacii, cabinete medicale și medico-dentare.

(4) Dispozițiile alin. (1) - (3) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 150 - (1) Sunt interzise publicitatea și teleshoppingul la medicamente care conțin substanțe definite ca stupefiante sau psihotrope.

(2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 151 - (1) Promovarea medicamentelor în serviciile media audiovizuale va include în mod obligatoriu următoarele:

- a) denumirea produsului;
- b) denumirea comună, dacă produsul conține un singur ingredient activ;
- c) indicația terapeutică (afecțiunile pentru care se folosește produsul medicamentos);
- d) avertizarea sonoră „Acesta este un medicament. Citiți cu atenție prospectul.”;
- e) avertizarea scrisă, prevăzută la art. 815 alin. (1) lit. b) liniuța a treia din Legea nr. 95/2006, republicată, cu modificările și completările ulterioare.

(2) Prin derogare de la prevederile alin. (1), publicitatea în formă prescurtată (reminder) va include cel puțin avertizarea prevăzută la alin. (1) lit. d), sub formă scrisă.

(3) Avertizarea menționată la alin. (1) lit. d) se va difuza în condiții care să asigure o percepție clară a mesajului, printr-o pronunțare normală, neaccelerată.

(4) Avertizările menționate la alin. (1) lit. e) și la alin. (2) se vor difuza în condițiile prevăzute la art. 115 alin. (1).

(5) Dispozițiile alin. (1) - (3) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 152 - (1) Este interzisă difuzarea de publicitatea și de teleshopping pentru produse de larg consum care invocă avize sau recomandări medicale; fac excepție produsele destinate igienei.

(2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 153 - (1) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping pentru medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale sau suplimente alimentare prezentate sau recomandate de personalități ale vieții publice, culturale, științifice, sportive ori de alte persoane, care, datorită celebrității lor, pot încuraja consumul acestor produse sau tratamente, precum și promovarea farmaciilor prin asocierea acestora cu promoții la medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale sau suplimente alimentare.

(2) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping în care personal medical sau farmaciști recomandă ori avizează produse alimentare destinate minorilor, medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare.

(3) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping pentru medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare, dacă prezentările conțin recomandări ori avize ale asociațiilor medicale.

(4) Dispozițiile alin. (1) - (3) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 154 - (1) Este interzisă difuzarea de publicitate pentru medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare în emisiuni destinate minorilor ori în pauzele publicitare care precedă sau urmează unor astfel de emisiuni.

(2) Producătorii și distribuitorii de medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare nu pot sponsoriza programele ori emisiunile destinate minorilor.

(3) Publicitatea și teleshoppingul la produse și tratamente pentru probleme de natură sexuală nu pot fi difuzate decât în intervalul orar 22,00 - 6,00.

(4) Dispozițiile alin. (1) - (3) nu se aplică dispozitivelor medicale cu rol de prevenire a bolilor cu transmitere sexuală și de control al concepției reglementate prin legislația specifică.

(5) Dispozițiile alin. (1) și (2) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 155 - (1) Este interzisă menționarea în publicitate sau în teleshopping a unor indicații terapeutice referitoare la boli precum:

- a) tuberculoză;
- b) bolile cu transmitere sexuală;
- c) alte boli infecțioase grave;
- d) cancer și alte boli tumorale;
- e) insomnia cronică;
- f) diabet și alte boli metabolice.

(2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 156 - (1) Publicitatea la medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare nu trebuie să conțină nicio mențiune care:

a) să dea impresia că o consultație medicală sau o intervenție chirurgicală nu este necesară, în special prin oferirea unor sugestii de diagnostic ori de tratament la distanță;

b) să sugereze că efectul tratamentului cu medicamentele, tratamentele medicale, produsele homeopate, dispozitivele medicale și suplimentele alimentare respective este garantat, nu este însoțit de reacții

adverse sau că efectul este mai bun ori echivalent cu cel al altui tratament sau medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare;

c) să sugereze că starea de sănătate a subiectului poate fi îmbunătățită prin utilizarea medicamentelor, tratamentelor medicale, produselor homeopate, dispozitivelor medicale și a suplimentelor alimentare respective;

d) să sugereze că starea de sănătate a subiectului poate fi afectată dacă nu se utilizează medicamentul, tratamentul medical, produsul homeopat, dispozitivul medical și suplimentul alimentar respectiv; această interdicție nu se aplică campaniilor de vaccinare prevăzute la art. 813 alin. (4) din Legea nr. 95/2006, republicată, cu modificările și completările ulterioare;

e) să se adreseze exclusiv sau în special minorilor;

f) să sugereze că medicamentele, tratamentele medicale, produsele homeopate, dispozitivele medicale și suplimentele alimentare sunt un aliment, produs cosmetic sau alt produs de consum;

g) să sugereze că siguranța sau eficacitatea medicamentului, tratamentului medical, produsului homeopat, dispozitivului medical și a suplimentului alimentar este datorată faptului că acesta este natural;

h) să poată, printr-o descriere sau reprezentare detaliată a unui caz, să ducă la o autodiagnosticare eronată;

i) să ofere, în termeni inadecvați, alarmanți sau înșelători, asigurări privind vindecarea;

j) să folosească, în termeni inadecvați, alarmanți sau înșelători, reprezentări vizuale ale schimbărilor în organismul uman cauzate de boli sau leziuni ori de acțiuni ale medicamentelor, tratamentelor medicale, produselor homeopate, dispozitivelor medicale și ale suplimentelor alimentare asupra organismului uman sau a unei părți a acestuia.

(2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 157 - (1) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping la produse și tratamente naturiste, care, după caz, nu sunt însoțite de avertizarea, sonoră și scrisă:

- a) „Produs neatestat medical”;
- b) „Metodă neatestată medical”.

(2) Publicitatea și teleshoppingul la produsele homeopate trebuie să includă în mod obligatoriu avertizarea: „Acesta este un produs homeopat. Citiți cu atenție prospectul/informațiile de pe ambalaj.

(3) Durata avertizării menționate la alin. (1), respectiv la alin. (2), va fi de minimum 3 secunde și aceasta va fi difuzată la sfârșitul spotului publicitar; pe posturile de televiziune avertizarea va fi prezentată atât sonor, cât și vizual.

(4) În cazul reminderului, textul precizat la alin. (2) va fi prezentat pe parcursul difuzării spotului publicitar, în condiții care să asigure o percepție clară a mesajului, conform dispozițiilor art. 115 alin. (1).

(5) Dispozițiile alin. (1) - (4) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 158 - (1) Publicitatea și teleshoppingul la suplimentele alimentare vor include în mod obligatoriu următoarele:

- a) avertizarea „Acesta este un supliment alimentar. Citiți cu atenție prospectul/informațiile de pe ambalaj.”;
- b) informațiile prezente pe eticheta suplimentului alimentar, în conformitate cu dispozițiile art. 7 alin. (4) din Legea nr. 56/2021 privind suplimentele alimentare, cu modificările și completările ulterioare.

(2) Durata avertizării menționate la alin. (1) lit. a) va fi de minimum 3 secunde și aceasta va fi difuzată la sfârșitul spotului publicitar; pe posturile de televiziune avertizarea va fi prezentată atât sonor, cât și vizual.

(3) Avertizările menționate la alin. (1) lit. b) se vor difuza în condiții care să asigure o percepție clară a mesajului, printr-o pronunțare normală, neaccelerată, conform dispozițiilor art. 115 alin. (1).

(4) În cazul reminderului, textul precizat la alin. (1) lit. a) va fi prezentat pe parcursul difuzării spotului publicitar, în condiții care să asigure o percepție clară a mesajului, conform dispozițiilor art. 115 alin. (1).

(5) Prin derogare de la prevederile alin. (1) lit. b), publicitatea în formă prescurtată (reminder) va include cel puțin una dintre avertizările prevăzute la art. 7 alin. (4) din Legea nr. 56/2021 privind suplimentele alimentare, cu modificările și completările ulterioare, sub formă scrisă.

(6) În cazul reminderului, avertizările menționate la alin. (1) lit. b) se vor difuza în condițiile prevăzute la art. 115 alin. (1).

(7) Dispozițiile alin. (1) - (6) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 159 - (1) Publicitatea și teleshoppingul trebuie să respecte dispozițiile cuprinse în normele privind alimentele cu destinație nutrițională specială.

(2) Publicitatea și teleshoppingul la alimentele utilizate în dietele cu valoare energetică redusă pentru scăderea greutatei nu trebuie să facă nicio referire la ritmul sau la pierderea în greutate sau la reducerea senzației de foame ori la creșterea senzației de sațietate determinate de utilizarea lor, cu excepția mențiunilor referitoare la sațietate permise de Regulamentul (CE) nr. 1924/2006 al Parlamentului European și al Consiliului.

(3) În cazul alimentelor și al băuturilor cu cantități calorice scăzute, dacă sunt prezentate ca o parte a regimului de slăbire, se va indica faptul că produsul respectiv poate conduce la pierderea de greutate numai ca parte a unei diete ce controlează kaloriile/energia.

(4) În cazul produselor special elaborate pentru a fi utilizate în diete cu restricții calorice, care, conform instrucțiunilor producătorului, înlocuiesc în totalitate sau în parte aportul alimentar zilnic, acestea trebuie promovate sub numele de „substitut alimentar complet pentru slăbit” sau „substitut alimentar parțial pentru slăbit”.

(5) Dispozițiile alin. (1) - (4) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 160 - (1) Publicitatea și teleshoppingul la produsele și tratamentele pentru slăbit ori pentru menținerea greutateii corporale trebuie să includă avertizarea, sonoră și scrisă: „Consultați medicul înainte de a urma dieta.”

(2) Fac excepție de la dispozițiile alin. (1):

a) medicamentele;

b) produsele alimentare care poartă mențiuni autorizate conform dispozițiilor art. 13 alin. (1) lit. c) din Regulamentul (CE) nr. 1924/2006 al Parlamentului European și al Consiliului.

(3) Dispozițiile alin. (1) și (2) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 161 - (1) Publicitatea și teleshoppingul pentru produsele sau tratamentele pentru slăbit ori pentru menținerea greutateii corporale trebuie să respecte următoarele condiții:

a) să avertizeze publicul printr-un insert scris și/sau sonor că produsul nu se adresează minorilor;

b) să nu fie difuzate în emisiunile pentru minori sau în pauzele publicitare care precedă ori urmează unor astfel de emisiuni;

c) să nu se adreseze în mod direct persoanelor obeze și să nu includă exemple în care vorbesc sau apar persoane care ar fi fost obeze înainte de a utiliza produsele ori serviciul cărora li se face publicitate.

(2) Fac excepție de la dispozițiile alin. (1) mențiunile referitoare la sațietate permise de Regulamentul (CE) nr. 1924/2006 al Parlamentului European și al Consiliului.

(3) Dispozițiile alin. (1) și (2) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Secțiunea a 9-a

Emisiuni de teleshopping

Art. 162 - (1) Emisiunea de teleshopping constă în difuzarea către public a unor oferte de comercializare directă privind furnizarea contra cost a unor bunuri sau servicii, inclusiv bunuri imobiliare, drepturi și obligații, care pot fi dobândite numai printr-un contract la distanță.

(2) În sensul prezentului cod, prin **contract la distanță** se înțelege contractul de furnizare de produse sau servicii, încheiat între un comerciant și un consumator, în cadrul unui sistem de vânzare organizat de către comerciant, care utilizează în mod exclusiv, înainte și la încheierea acestui contract, una sau mai multe tehnici de comunicație la distanță.

(3) Ofertele difuzate trebuie să respecte prevederile Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 34/2014 privind drepturile consumatorilor în cadrul contractelor încheiate cu profesioniștii, precum și pentru modificarea și completarea unor acte normative, aprobată cu modificări prin Legea nr.

157/2015, cu modificările și completările ulterioare, precum și ale Ordonanței Guvernului nr. 85/2004 privind protecția consumatorilor la încheierea și executarea contractelor la distanță privind serviciile financiare, republicată, cu modificările și completările ulterioare.

(4) Mențiunea „Teleshopping” va fi afișată pe toată durata emisiunii.

(5) Dispozițiile alin. (1) - (4) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 163 - (1) Este interzisă adresarea directă către minori a ofertelor comerciale.

(2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 164 - (1) Emisiunea de teleshopping trebuie identificată ca atare și separată clar de programele audiovizuale, sonor și vizual, prin coperte neutre.

(2) Emisiunea de teleshopping nu poate conține și nu poate fi întreruptă pentru difuzarea de spoturi publicitare.

(3) Nu pot fi difuzate emisiuni de teleshopping în care publicului i se prezintă servicii oferite de vrăjitori și prezicători sau activități interzise prin lege.

(4) Dispozițiile alin. (1) - (3) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 165 - Dispozițiile art. 164 alin. (1) și (2) nu se aplică serviciilor de programe dedicate exclusiv teleshoppingului.

Secțiunea a 10-a

Publicitatea politică

Art. 166 - (1) Publicitatea, pozitivă sau negativă, în legătură cu partide politice, oameni politici, mesaje politice este interzisă, cu excepția perioadelor de campanie electorală.

(2) Publicitatea politică înseamnă promovarea, publicarea, distribuirea sau difuzarea, prin rețele de comunicații electronice, a unui mesaj, în mod normal în schimbul unei remunerații sau prin activități interne sau ca parte a unei campanii de publicitate politică.

(3) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Art. 167 - (1) În perioada campaniei electorale, furnizorii de servicii media audiovizuale pot insera publicitate politică numai în calupuri separate și marcate corespunzător.

(2) Publicitatea politică trebuie să fie asumată în mod explicit, prin prezentare ori conținut, de către candidați sau competitorii electorali.

(3) Dispozițiile alin. (2) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Secțiunea a 11-a

Campanii noncomerciale

Art. 168 - Sunt considerate mesaje noncomerciale:

a) anunțul de interes public asumat de către o instituție sau autoritate publică, în cadrul unei acțiuni de alertă, avertizare și informare a publicului derulate în condițiile legii și care nu promovează propria imagine a instituției;

b) campania socială derulată de către o asociație sau fundație legal constituită, în cadrul unei acțiuni cu caracter exclusiv social, necomercial, adresată societății sau comunității;

c) apelul în scop caritabil derulat în cadrul unei activități filantropice cu caracter umanitar, în scopul sprijinirii unor persoane aflate în dificultate; apelul trebuie să precizeze persoana sub responsabilitatea căreia se colectează și se utilizează bunurile și fondurile bănești donate.

Art. 169 - Mesajele noncomerciale nu se includ în calculul duratei legale alocate publicității și trebuie să respecte următoarele condiții cumulative:

a) difuzarea mesajelor să fie gratuită, fără obligație de contrapartidă directă sau indirectă;

b) mesajele să fie grupate și separate de alte mesaje publicitare și identificate între coperte cu mențiunea „Mesaj/mesaje de interes public”;

c) mesajele să nu conțină nicio referire de natură comercială; siglele sponsorilor pot fi prezentate numai în apeluri caritabile la sfârșitul spotului și nu trebuie să depășească durata cumulată de 3 secunde.

Art. 170 - (1) Emisiunile teledon trebuie să precizeze la începutul și sfârșitul acestora persoana/persoanele sub responsabilitatea căreia/căroră se colectează și se utilizează bunurile și fondurile bănești donate, precum și datele de contact ale acesteia/acestora.

(2) În cazul campaniilor care presupun colectarea de fonduri de la public pentru un obiectiv anume, furnizorii de servicii media audiovizuale au obligația de a informa publicul cu privire la rezultatele concrete ale acestor campanii.

Titlul XI

Sanctiuni și dispoziții finale

Art. 171 - (1) Nerespectarea dispozițiilor prevăzute la art. 17 alin. (1), art. 28, art. 51, art. 52, art. 110 alin. (1) și (3), și la art. 117, precum și nerespectarea

prevederilor legale privind acordarea dreptului la replică se sancționează conform dispozițiilor art. 90 din Legea audiovizualului.

(2) Nerespectarea dispozițiilor celorlalte articole ale prezentei decizii, precum și refuzul ducerii la îndeplinire a prevederilor referitoare la acordarea rectificării se sancționează conform dispozițiilor art. 91 din Legea audiovizualului.

(3) În individualizarea sancțiunii Consiliul va ține cont, după caz, de următoarele aspecte:

- a) gravitatea faptei și efectele acesteia;
- b) sancțiunile primite anterior, pe o perioadă de cel mult un an, și modul în care furnizorul de servicii s-a raportat la acestea;
- c) ziua din săptămână și intervalul de difuzare a emisiunii în cauză;
- d) durata emisiunii;
- e) audiența înregistrată.

Art. 172 - (1) Furnizorilor de servicii media audiovizuale la cerere cărora Consiliul le-a adresat o somație de intrare în legalitate sau le-a aplicat o sancțiune au obligația de a comunica publicului motivele și obiectul sancțiunii sau ale somației, în formularea transmisă de Consiliu.

(2) Furnizorii de servicii media audiovizuale la cerere trebuie să afișeze textul somației sau al sancțiunii, în următoarele 24 de ore de la comunicare, astfel:

- a) pentru o perioadă de 3 zile, prin postarea pe pagina web de start a serviciului, la loc vizibil;
- b) permanent, încărcat lângă programul care a produs încălcarea.

(3) Nerespectarea dispozițiilor alin. (1) - (2) se sancționează conform art. 91 din Legea audiovizualului.

Art. 173 - În termen de 6 luni de la intrarea în vigoare a prezentei decizii, furnizorii de servicii media audiovizuale, furnizorii de servicii de platformă de partajare a materialelor video sau organizațiile care îi reprezintă și reprezentanții celorlalte sectoare interesate sunt încurajați să adopte măsuri de autoreglementare prin intermediul codurilor de conduită, în conformitate cu dispozițiile art. 6¹ din Legea audiovizualului.

Art. 174 - (1) La data intrării în vigoare a prezentei decizii se abrogă:

a) Decizia Consiliului Național al Audiovizualului nr. 412/2007 privind obligațiile ce revin radiodifuzorilor la înregistrarea programelor de radio și de televiziune, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 335 din 17 mai 2007, cu modificările și completările ulterioare;

b) Decizia Consiliului Național al Audiovizualului nr. 220/2011 privind Codul de reglementare a conținutului audiovizual, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 174 din 11 martie 2011, cu modificările și completările ulterioare;

c) Art. 1 alin. (1) lit. a), b), c), d), f), Cap. IV „Reguli aplicabile programelor audiovizuale difuzate în cadrul serviciilor media audiovizuale la cerere”, Cap. V „Reguli aplicabile comunicărilor comerciale difuzate în cadrul serviciilor media audiovizuale la cerere”, Cap. VI „Înregistrarea programelor difuzate în cadrul serviciilor media audiovizuale la cerere” și Cap. VII „Obligații de informare a publicului”, art. 40 și art. 42 din Decizia Consiliului Național al Audiovizualului nr. 320/2012 privind furnizarea serviciilor media audiovizuale la cerere, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 434 din 30 iunie 2012.

(2) Măsurile adoptate sau impuse de Consiliu în temeiul actelor normative prevăzute la alin. (1) rămân în vigoare până la revizuirea acestora în conformitate cu prevederile prezentei decizii.

Art. 175 - (1) Prezenta decizie se publică în Monitorul Oficial al României, Partea I, și intră în vigoare la 30 de zile de la data publicării.

(2) Prin excepție de la prevederile alin. (1), dispozițiile art. 109 alin. (7) și ale art. 153 alin. (1) intră în vigoare la 90 de zile de la data publicării.

Art. 176 - Anexele nr. 1-4 fac parte integrantă din prezenta decizie.

*

Prezenta decizie transpune prevederile art. 14 alin. (4) din Directiva (UE) 2016/800 privind garanțiile procedurale pentru copiii care sunt persoane suspectate sau acuzate în cadrul procedurilor penale, publicată în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene, seria L, nr. 132 din 21 mai 2016.

Vicepreședintele Consiliului Național al Audiovizualului,

Valentin-Alexandru Jucan

*) Anexa nr. 1 este reprodusă în facsimil.

MARCAJ CAMERA ASCUNSĂ



RAPORT
privind accesibilitatea serviciilor media audiovizuale pentru persoanele cu
deficiențe de văz sau de auz în perioada

Denumirea furnizorului de servicii media audiovizuale:

Denumirea serviciului media audiovizual (licență audiovizuală nr. / aviz de furnizare a serviciului media audiovizual la cerere nr.)	Descrierea tipurilor de garanții tehnice sau a altor mijloace adequate folosite de furnizorul de servicii media audiovizuale pentru a proteja minorii de vizionarea programelor	Măsurile efective				Observații
		Informații privind grila sau catalogul, după caz, cu privire la programele difuzate într-un mod accesibil pentru persoanele cu dizabilități	Pondere	Modalitatea folosită	Pondere	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)



Consiliul Național
al Audiovizualului

Consiliul Național al Audiovizualului
Autoritate Publică Autonomă

CF:4266189

România
București

Bd. Libertății Nr.14
Sector 5

tel: +4 021 305 5356
Fax: +4 021 305 5354

cna@cna.ro
www.cna.ro

Anexa Nr. 3

RAPORT
privind procentul rezervat operelor europene în perioada

Denumirea radiodifuzorului (titularul licenței audiovizuale):

Denumirea serviciului de programe/licență audiovizuală nr.	Procent din timpul de difuzare rezervat operelor europene	Opere europene create de producători independenți		Observații
		Procent din timpul de difuzare sau din bugetul de programe	Opere recente, procent din coloana 3	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

RAPORT

privind operele europene difuzate în perioada

Denumirea furnizorului:, aviz de furnizare a serviciului media audiovizual la cerere nr. din

Date referitoare la serviciul media audiovizual la cerere				Date referitoare la opere europene				
Denumirea serviciului	Tip de serviciu	Condiții de acces	Restricții geografice de accesare (DA/NU)	Procent alocat (%)	Promovare pe pagina de start (%)	Identificare țară de origine (DA/NU)	Secțiuni specializate (DA/NU)	Posibilitate de selecție (DA/NU)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)

- (1) **Denumirea serviciului**, așa cum acesta a fost notificat la Consiliul Național al Audiovizualului;
- (2) **Tip de serviciu**: se va completa, după caz, **Catch-up Tv** (serviciu video în reluare) / **VoD** (serviciu video la cerere) / **Serviciu mixt**;
- (3) **Condiții de acces**: se va completa, după caz, **acces liber** și/sau **condiționat** (se precizează tipul de serviciu video la cerere cu acces condiționat);

Tipul de servicii video la cerere cu acces condiționat poate fi:

- a) **AVOD** - Advertising-Based Video on Demand (serviciu video la cerere bazat pe publicitate) - tip de serviciu în care utilizatorii trebuie să vizioneze publicitate pentru a vedea conținutul pe care doresc să îl vizioneze;
- b) **SVOD** - Subscription Video on Demand (abonament video la cerere) - tip de serviciu în care utilizatorii încheie un acord de abonament și plătesc o taxă recurentă care le oferă acces la conținut fără limite;
- c) **TVOD** - Transactional Video on Demand (video tranzacțional la cerere sau Pay-Per-View) - tip de serviciu în care utilizatorii pot achiziționa opere pentru serviciile video la cerere pe bază de plată pentru fiecare conținut;
- d) Altele (cu precizarea surselor):

(4) Se precizează dacă serviciul este restricționat **(DA)**, sau nu este restricționat **(NU)** accesării din alte state membre ale UE;

(5) Procentul operelor europene cuprinse în catalog, cu excepția programelor informative, a transmisiunilor sportive și a programelor de teleshopping.

Formula de calcul este: ***(numărul de titluri de opere europene / numărul total de titluri disponibile în catalog) × 100.***

- (6) Proporția spoturilor de promovare a operelor europene postate pe pagina de start a site-ului web, calculată prin raportare la număr de spoturi;
- (7) Se precizează dacă în catalog, este menționată **(DA)**, sau nu este menționată **(NU)**, țara de origine a producției audiovizuale;
- (8) Se precizează dacă catalogul de programe audiovizuale cuprinde **(DA)**, sau nu cuprinde **(NU)**, o secțiune specializată privind operele europene;
- (9) Se precizează dacă utilizatorul poate efectua **(DA)**, sau nu poate efectua **(NU)**, o căutare în catalogul de programe după criteriul țării de origine.

promptitudine, transparență și profesionalism.”

– **Valentin-Alexandru Jucan**, vicepreședinte CNA

Ce înseamnă concret această transformare pentru public și pentru societate
Proiectul DECA marchează tranziția CNA de la o autoritate tradițională de reglementare, la o instituție activă digital, capabilă să intervină rapid, să prevină riscurile informaționale și să comunice eficient cu cetățenii. Iată cum:

• *Digitalizarea serviciilor publice*

Prin implementarea unei soluții informatice de tip ERP, CNA va oferi servicii online moderne pentru public și pentru industria media. Aceasta înseamnă acces mai ușor la formulare, cereri, licențe sau sesizări – direct de acasă, fără drumuri inutile și fără birocrație.

• *Timp câștigat, costuri reduse*

Prin automatizarea proceselor interne și externe, instituția va reduce semnificativ timpii de răspuns și va putea soluționa rapid cererile venite din partea cetățenilor sau a companiilor media. Asta înseamnă reacții prompte în fața conținutului nociv sau ilegal.

• *O relație reală și directă cu publicul*

Interacțiunea CNA – public – industrie va deveni rapidă și eficientă. Cetățenii vor putea transmite semnalări, accesa informații și primi răspunsuri în timp real. CNA va deveni cu adevărat prezent în viața celor pe care îi apără.

• *Transparență totală în luarea deciziilor*

Deciziile nu vor mai fi percepute ca „închise” sau „greu de înțeles”. Toate procesele interne vor fi digitalizate și transparente, iar publicul va putea urmări traseul deciziilor, înțelegând pe ce bază sunt luate și ce efecte au.

• *Date clare pentru politici eficiente*

Instituția va dispune de instrumente moderne de colectare și analiză a datelor, esențiale pentru combaterea dezinformării, protecția minorilor și monitorizarea pluralismului. Politicile CNA vor fi construite pe baze concrete, nu pe presupuneri.

• *Un CNA accesibil tuturor*

Proiectul va pune la dispoziție platforme online prin care și publicul larg, și cercetătorii, și partenerii instituționali vor avea acces rapid la date și informații relevante. Instituția devine deschisă, participativă și adaptată nevoilor societății.

Un angajament clar pentru viitor

Proiectul DECA are o durată de **36 de luni** și se va încheia în **iulie 2028**, când CNA va deveni o autoritate complet digitalizată, eficientă și racordată la realitățile europene.

Este **prima dată în istoria sa** când CNA atrage o finanțare de o asemenea amploare. Este, totodată, și momentul în care instituția își asumă fără echivoc **un nou rol în societate**: acela de gardian activ al spațiului audiovizual, de partener al publicului și de **autoritate modernă**, capabilă să răspundă amenințărilor informaționale, să apere valorile democratice și să construiască un mediu media sănătos, corect și sigur.