



Parlamentul
Republicii Moldova

Nr. 123
10 aprilie 2026

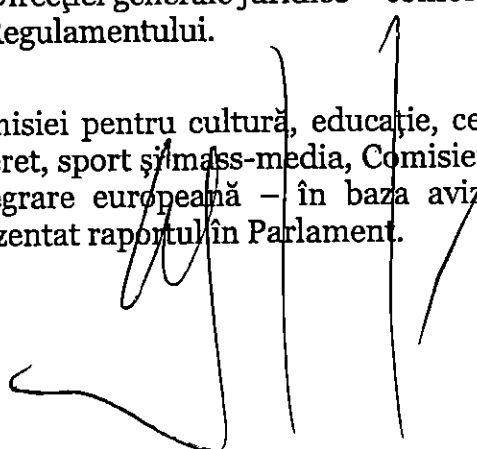
**Președintele Parlamentului
Republicii Moldova**

De difuzat deputaților.

Spre avizare:

- Comisiilor permanente,
- Guvernului RM,
- Centrul Național Anticorupție,
- Direcției generale juridice – conform Regulamentului.

Comisiei pentru cultură, educație, cercetare, tineret, sport și mass-media, Comisiei pentru integrare europeană – în baza avizelor de prezentat raportul în Parlament.





Deputat în Parlamentul Republicii Moldova

Biroul Permanent al Parlamentului Republicii Moldova

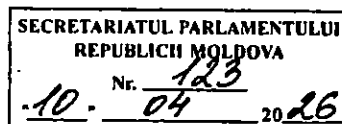
În conformitate cu prevederile art. 73 din Constituția Republicii Moldova și art. 47 din Regulamentul Parlamentului, se înaintează cu titlu de inițiativă legislativă, Proiectul de lege privind mass-media.

Anexe:

1. Proiectul de lege.
2. Nota de fundamentare.

Deputați în Parlament:

Iliaș Nicolaeșcu-Onofrei
Virgin Stanic
Marele Adnan
Potirniche Maxim
Porterșchi Vanile
Carton Valeria
Butucea Ana
Cucuietu Tariana
Adamicu Ludmila



PARLAMENTUL REPUBLICII MOLDOVA

LEGE privind mass-media

Parlamentul adoptă prezenta lege organică.

Prezenta lege transpune parțial articolele 1, 2, 3, 4, 6, 22, 24 și 25 din Regulamentul (UE) 2024/1083 al Parlamentului European și al Consiliului din 11 aprilie 2024 de stabilire a unui cadru comun pentru serviciile mass-media în cadrul pieței interne și de modificare a Directivei 2010/13/UE (Regulamentul european privind libertatea mass-mediei).

Capitolul I DISPOZIȚII GENERALE

Articolul 1. Scopul și obiectul de reglementare a legii

(1) Prezenta lege stabilește cadrul juridic general privind funcționarea furnizorilor de servicii mass-media, instituie măsuri complementare pentru garantarea libertății de exprimare, protecția pluralismului mediatic, protecția, autonomia și siguranța jurnaliștilor, asigurarea autonomiei instituționale și a independenței editoriale, incluzând cerințe privind transparența structurii proprietății și responsabilitățile furnizorilor de servicii mass-media.

(2) Garanțiile privind exercitarea dreptului la libera exprimare, asigurarea echilibrului între dreptul la libera exprimare și apărarea onoarei, demnității, reputației profesionale și vieții private și de familie ale persoanei sunt reglementate de Legea nr.64/2010 cu privire la libertatea de exprimare.

(3) Prezenta lege se aplică furnizorilor de servicii mass-media care își au sediul principal, redacția sau reședința permanentă pe teritoriul Republicii Moldova sau îndeplinesc cumulativ următoarele condiții în cazul în care sediul principal și redacția nu se află pe teritoriul aceluiași stat:

a) partea majoritară a angajaților implicați în furnizarea serviciilor mass-media își desfășoară activitatea în Republica Moldova;

b) deciziile editoriale privind serviciile mass-media sunt luate pe teritoriul Republicii Moldova.

(4) Prezenta lege nu se aplică aspectelor reglementate în mod expres de Codul serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova, nr.174/2018. În cazul în care unele aspecte sunt reglementate concomitent de prezenta lege și de Codul serviciilor media audiovizuale, se vor aplica dispozițiile Codului, cu excepția situațiilor în care prezenta lege stabilește garanții sau reguli generale aplicabile tuturor formelor de mass-media.

(5) Dispozițiile prezentei legi referitoare la dezvăluirea conflictelor de interese, interzicerea instigării la discriminare, violență, război, ură și intoleranță, precum și reglementările privind protecția copiilor, comentariile și comunicările comerciale se aplică tuturor formelor de comunicare care reprezintă servicii mass-media.

(6) Prezenta lege se aplică formelor de comunicare care întrunesc condițiile și criteriile stabilite pentru serviciile mass-media și nu se aplică comunicărilor private.

Articolul 2. Noțiuni principale

În sensul prezentei legi, termenii și expresiile de mai jos au următoarele semnificații:

concentrare a pieței mass-media - situația, în sensul Legii concurenței nr. 183/2012, în care una sau mai multe persoane fizice și/sau juridice dobândesc ori exercită, direct

sau indirect, control sau influență determinantă asupra unuia sau mai multor furnizori de servicii mass-media, într-un mod care poate afecta pluralismul mass-media, favoriza practicile anticoncurențiale precum și concurența loială pe piața mass-media. Aceasta include controlul direct sau indirect asupra proprietății, deciziilor editoriale, resurselor financiare, distribuției sau comercializării publicității în sectorul mass-media;

concentrare orizontală pe piața mass-media – situația în care o persoană fizică sau juridică deține sau exercită control direct ori indirect asupra a doi sau mai mulți furnizori de servicii mass-media care activează în același tip de serviciu mass-media sau în același segment al pieței mass-media;

concentrare verticală pe piața mass-media – situația în care o persoană fizică și/sau juridică deține sau exercită control direct ori indirect asupra unor entități economice care operează în etape diferite ale lanțului de producție, distribuție sau comercializare a conținutului mass-media, inclusiv furnizori de servicii mass-media, producători de conținut, distribuitori ori entități implicate în comercializarea publicității;

concentrare încrucișată pe piața mass-media – situația în care o persoană fizică și/sau juridică deține ori exercită control direct sau indirect asupra unor furnizori de servicii mass-media aparținând unor tipuri diferite de servicii mass-media (televiziune, radio, presă scrisă sau servicii mass-media online) în aceeași regiune geografică;

conflict de interese - situația în care interesele financiare, patrimoniale sau personale ale furnizorului de servicii mass-media, ale administratorilor, proprietarilor acestuia sau ale membrilor familiilor lor, precum și ale altor persoane fizice sau juridice cu care aceștia au avut sau au relații de natură personală, economică sau politică, influențează sau pot influența independența editorială sau exercitarea responsabilității editoriale în furnizarea informațiilor de interes public ori de interes social general;

consiliu editorial – grup de persoane fizice compus din redactorul-șef, redactori și jurnaliști angajați și alți colaboratori sau membri ai personalului permanent angajați ai furnizorului de servicii mass-media fie în baza unui contract individual de muncă, fie în baza unui contract civil. În situația în care nu există redactori, jurnaliști angajați de editor sau alți colaboratori contractuali ori personal permanent, funcția editorială poate fi exercitată integral de către redactorul-șef, care își asumă responsabilitatea editorială;

conținut – orice informație sau material, indiferent de forma de exprimare sau de mijlocul de transmitere, creat și pus la dispoziția publicului sau unui grup de persoane, inclusiv comentarii și alte forme de conținut generate de utilizatori, cu excepția comunicărilor private;

conținut media – conținut creat, organizat și pus la dispoziția publicului prin intermediul unui serviciu mass-media, sub responsabilitatea editorială a unui furnizor de servicii mass-media;

conținut care încalcă drepturile protejate de lege – conținut media care, fără a constitui conținut ilegal, aduce atingere drepturilor personalității garantate de legislația în vigoare, inclusiv dreptului la onoare, demnitate și reputație profesională, dreptului la propria imagine, dreptului la respectarea vieții intime, familiale și private, dreptului la protecția datelor cu caracter personal sau drepturilor minorilor prevăzute de legislația specială, ori drepturilor de autor și drepturilor conexe;

conținut ilegal – conținut media care pune în pericol securitatea națională, cheamă la răsturnarea sau schimbarea prin violență a ordinii constituționale, îndeamnă la agresiune militară sau la conflict armat, precum și conținut media a cărui diseminare constituie, potrivit legii, o infracțiune sau o contravenție, inclusiv instigarea publică la comiterea infracțiunilor cu caracter terorist, a infracțiunilor legate de pornografia infantilă și a faptelor de natură fascistă, rasistă și xenofobă, precum și conținut media care reprezintă discurs de ură;

creator de conținut media – persoană fizică sau juridică care creează sau produce conținut mass-media în scop informativ, educativ, cultural, recreativ, comercial sau promoțional, exercitând responsabilitate editorială asupra conținutului realizat, destinat difuzării sau punerii la dispoziția unui public larg;

decizie editorială - acțiunea sau hotărârea luată în mod periodic de editorul mass-media, în exercitarea responsabilității editoriale, cu privire la selecția, organizarea, clasificarea și prezentarea conținutului media destinat diseminării publice. Decizia editorială se referă la operațiuni zilnice și urmărește respectarea cadrului legal, politicilor editoriale declarate, precum și a normelor deontologice aplicabile;

dezinformare - informație al cărei caracter fals sau înșelător poate fi verificat, care este creată, prezentată și răspândită pentru a obține un câștig economic sau pentru a induce, în mod deliberat, publicul în eroare și care poate provoca un prejudiciu public. Prejudiciul public cuprinde amenințările la adresa proceselor politice, principiilor și valorilor democratice și a proceselor de elaborare a politicilor, precum și amenințările la adresa bunurilor publice, a protecției sănătății cetățenilor, a mediului sau a securității;

editor mass-media - persoana fizică sau juridică care asigură respectarea responsabilității editoriale în procesul de furnizare sau difuzare a unui produs media, selecție, organizare și clasificare a conținutului, inclusiv a programelor furnizate, și care stabilește modul de gestionare a acestei activități în cadrul unui furnizor de servicii mass-media;

educația în domeniul mass-mediei - ansamblul competențelor, cunoștințelor și abilităților care permit cetățenilor să utilizeze mass-media într-un mod eficient, sigur și responsabil. Aceasta depășește simpla familiarizare cu instrumentele și tehnologiile, având ca obiectiv dezvoltarea gândirii critice necesare pentru a analiza și interpreta realități complexe, a discerne între opinii și fapte și a recunoaște eventualele manipulări sau dezinformări;

furnizor de servicii mass-media - persoană fizică sau juridică a cărei activitate profesională constă în furnizarea unui serviciu mass-media, care are responsabilitate editorială pentru alegerea conținutului serviciului mass-media și care stabilește modul de organizare a acestuia;

jurnalist - persoana fizică care desfășoară, cu titlu principal sau ocazional, activități cu scop jurnalistic constând în colectarea informației de interes public și/sau de interes social-general din orice sursă relevantă, redactarea și editarea acestei informații sub orice formă - text, fotografie, înregistrare video și/sau audio, desen, grafică etc., pentru diseminare publică prin orice mijloc de comunicare, inclusiv prin intermediul mass-media, în scop informativ, educativ, cultural sau recreativ, respectând normele etice și deontologice ale profesiei;

mass-media - persoane fizice sau juridice implicate în producerea, distribuirea și diseminarea de conținut media destinat unui public larg, care exercită, își asumă sau dețin responsabilitatea editorială asupra conținutului respectiv, în care sunt concepute, produse, distribuite și furnizate servicii de mass-media;

măsurarea audienței - activitatea de colectare, interpretare sau prelucrare în alt mod a datelor privind numărul și caracteristicile utilizatorilor de servicii mass-media sau ale utilizatorilor de conținut pe platformele online în scopul adoptării deciziilor privind alocarea, prețurile, achizițiile sau vânzările de publicitate sau privind activitățile de planificare a conținutului sau distribuția de conținut;

măsurarea privată a audienței - măsurarea audienței care nu respectă standardele sectoriale și cele mai bune practici convenite prin mecanisme de autoreglementare;

platformă online - serviciu de găzduire care, la cererea unui destinatar al serviciului, stochează și diseminează informații către public, cu excepția cazului în care activitatea respectivă este o caracteristică minoră și pur auxiliară a unui alt serviciu sau o funcție minoră a serviciului principal și, din motive obiective și tehnice, nu poate fi utilizată fără celălalt serviciu, iar integrarea caracteristicii sau a funcției în celălalt serviciu nu este un mijloc de a eluda aplicarea prezentei legi;

pluralism mediatic - stare a spațiului informațional caracterizată prin diversitatea furnizorilor de servicii mass-media și diversitatea serviciilor mass-media (pluralism extern); diversitatea conținuturilor în cadrul serviciilor mass-media (pluralism intern); diversitatea opiniilor politice (pluralismul politic) și a expresiilor culturale (pluralismul cultural), diversitatea mesajelor adresate publicului țintă la nivel local, regional, național

sau internațional (pluralismul geografic), diversitatea limbilor în care sunt furnizate serviciile mass-media (pluralism lingvistic) care, în ansamblu, contribuie la realizarea dreptului la libertatea de exprimare și a dreptului la informație;

produs media – unitate editorială finită și autonomă sub formă de text, imagine, audio, video sau o combinație a acestora, destinată publicului larg în scop informativ, educativ sau recreativ, furnizată separat ori în cadrul unui serviciu mass-media;

software de supraveghere intruziv - program spion (spyware) sau orice produs cu elemente digitale special conceput pentru exploatarea vulnerabilităților altor produse cu elemente digitale, care permite supravegherea sub acoperire a persoanelor fizice sau juridice prin monitorizarea, extragerea, colectarea sau analizarea datelor din astfel de produse sau de la persoanele fizice sau juridice care utilizează astfel de produse, în special prin înregistrarea în secret a apelurilor sau prin utilizarea în alt mod a microfonului unui dispozitiv al utilizatorului final, filmarea persoanelor fizice, a mașinilor sau a împrejurimilor acestora, copierea mesajelor, fotografierea, urmărirea activității de navigare, urmărirea geo localizării, colectarea altor date senzoriale sau urmărirea activităților prin intermediul mai multor dispozitive ale utilizatorilor finali, fără ca persoana fizică sau juridică în cauză să fie informată în mod specific și fără să își fi dat în mod expres consimțământul specific în acest sens;

proprietar beneficiar – persoană fizică care, în temeiul legii și/sau al contractului, se află în una dintre următoarele situații:

a) beneficiază sau poate beneficia de orice tip de venit din activitatea unui furnizor de servicii mass-media sau distribuitor de servicii mass-media și nu are obligația de a preda acest venit unei terțe persoane;

b) deține, direct sau indirect, prin persoane afiliate, controlul asupra furnizorului de servicii mass-media ori distribuitorului de servicii mass-media;

c) are calitatea de membru al organului de conducere al unei persoane juridice cu scop necomercial sau al unei persoane juridice în care nicio persoană fizică nu deține o cotă de participare egală cu sau mai mare decât cota substanțială, de asemenea are competența să revoce, singură sau împreună cu alți membri, majoritatea membrilor consiliului, organul executiv sau majoritatea membrilor organului executiv și/sau cenzorul ori majoritatea membrilor comisiei de cenzori a furnizorului de servicii mass-media sau a distribuitorului de servicii mass-media;

publicație de presă - publicație tipărită sau online, publicată periodic ori actualizată în mod regulat, sub un titlu unic, alcătuită în principal din conținut media destinate informării publicului prin furnizarea de informații, analize sau opinii privind actualitatea ori alte subiecte de interes public, și publicată sub responsabilitatea editorială a unei persoane fizice sau juridice;

redactor-șef - persoana fizică responsabilă de selectarea, organizarea sau plasarea temporală (momentul, durata, ordinea cronologică) sau spațială (locul, poziția) a conținutului media în cadrul mijloacelor de comunicare, având și alte atribuții stabilite în actul de constituire a furnizorului de servicii mass-media;

responsabilitate editorială – exercitarea unui control efectiv și aplicarea unor proceduri stricte de supraveghere asupra procesului de selecție, organizare și clasificare a conținutului media și a produsului media furnizate sau difuzate de furnizorul de servicii mass-media. Responsabilitatea editorială include și verificarea continuă a conținutului media generat cu utilizarea instrumentelor de inteligență artificială utilizate pentru adaptarea și generarea automată de conținut relevant pentru diverse audiențe, în conformitate cu politicile editoriale și standardele etice și profesionale;

serviciu mass-media - serviciu sau secțiune disociabilă a acestuia, scopul principal al căruia fiind furnizarea de programe sau publicații de presă, sub responsabilitatea editorială a unui furnizor de servicii mass-media, către publicul larg, prin orice mijloace, în scop informativ, de divertisment sau educativ. În funcție de criteriul de clasificare, serviciile mass-media pot fi publice sau private; tipărite, audiovizuale, online sau mixte; locale, regionale, naționale sau internaționale, de știri, generaliste sau tematice (de nișă).

Articolul 3. Libertatea de exprimare a mass-mediei

(1) Statul garantează libertatea de exprimare a mass-mediei. Nimeni nu poate interzice sau împiedica mass-media să răspândească informații de interes public decât în condițiile legii.

(2) Furnizorii de servicii mass-media își desfășoară activitatea în baza principiilor libertății de exprimare, independenței editoriale, pluralismului mediatic, imparțialității, exactității informației, respectării demnității umane și a drepturilor omului, protecției minorilor, nediscriminării, transparenței și responsabilității editoriale

(3) Furnizorii de servicii mass-media exercită responsabilitatea editorială în mod independent și asigură autonomia profesională a jurnaliștilor și altor persoane în producerea conținutului media conform concepțiilor editoriale și normelor deontologice jurnalistice, precum și asumarea responsabilității personale și instituționale pentru consecințele activității desfășurate.

(4) Independența editorială a furnizorilor de servicii mass-mediei este recunoscută și garantată de lege. Cenzura sub orice formă este interzisă.

Articolul 4. Pluralismul mediatic

(1) Pluralismul mediatic reprezintă un principiu fundamental al activității mass-media și contribuie la consolidarea statului de drept, a democrației pluraliste, la respectarea valorilor constituționale ale Republicii Moldova. Pluralismul mediatic include:

a) asigurarea pluralității surselor de informații și a furnizorilor mass-media, precum și diversitatea conținutului media și a produsului media;

b) garantarea accesului cetățenilor, inclusiv al minorităților naționale, al comunităților locale, al persoanelor cu dizabilități și al altor grupuri sociale vulnerabile, la informații și conținuturi media relevante în limbile și prin utilizarea tehnologiilor accesibile acestora;

c) promovarea jurnalismului independent, etic și responsabil, bazat pe respectarea principiilor deontologice și a standardelor profesionale;

d) reflectarea diversității opiniilor, convingerilor politice, culturale și sociale, precum și susținerea creativității culturale și artistice în mass-media;

e) facilitarea accesului publicului la conținut media pluralist, independent și diversificat, ca fundament al democrației, al statului de drept și al participării civice active;

f) susținerea educației în domeniul mass-media și alfabetizarea informațională pentru dezvoltarea capacităților critice și responsabilității consumatorilor/utilizatorilor de servicii mass-media;

g) asigurarea transparenței proprietății mass-media și a surselor de finanțare pentru prevenirea influențelor ascunse asupra conținutului editorial și pentru protecția pluralismului.

(2) Statul asigură respectarea pluralismului mediatic prin:

a) elaborarea, promovarea și actualizarea unui cadru legislativ care să prevină concentrarea proprietății în domeniul mass-media și să stimuleze competiția loială între furnizorii de servicii mass-media;

b) încurajarea producției de conținut media local, regional, cultural și în limbile minorităților naționale;

c) finanțarea și sprijinirea inițiativelor care contribuie la diversitatea mediatică, în condițiile stabilite de cadrul normativ;

d) realizarea de studii și rapoarte periodice privind starea pluralismului mediatic și accesibilitatea informațiilor pentru diferite grupuri sociale;

e) promovarea transparenței proprietății mass-media, prin reglementarea publicării informațiilor despre proprietarii/beneficiari și finanțările furnizorilor de servicii mass-media;

f) stimularea educației în domeniul mass-media și promovarea alfabetizării media în rândul populației pentru a încuraja gândirea critică față de sursele de informație;

g) protejarea jurnalismului independent, etic și responsabil și susținerea inițiativelor mass-media care promovează bunele practici deontologice, transparența și responsabilitatea editorială;

h) asigurarea protecției surselor de informare a jurnaliștilor, în conformitate cu Legea nr.64/2010 cu privire la libertatea de exprimare;

i) asigurarea protecției și siguranței jurnaliștilor, în special în timpul acțiunilor de război, a conflictelor, protestelor și demonstrațiilor de orice natură.

(3) Statul poate finanța proiecte în domeniul mass-media de la bugetul public prin mecanisme de sprijin public, inclusiv prin Fondul de subvenționare a mass-mediei sau prin publicitate de stat în condițiile cadrului normativ și cu respectarea principiilor transparenței, proporționalității, nediscriminării și neutralității editoriale.

(4) Finanțarea din bugetul public are drept scop încurajarea pluralismului mediatic, dezvoltarea instituțională, cât și, în special, producerea și publicarea de conținuturi media relevante

(5) Publicitatea de stat este reglementată de Legea publicității nr.62/2022.

Capitolul II

ORGANIZAREA ȘI EXERCITAREA ACTIVITĂȚII FURNIZORILOR DE SERVICII MASS-MEDIA. DREPTURI ȘI OBLIGAȚII

Articolul 5. Constituirea și înregistrarea furnizorilor de servicii mass-media

(1) Activitatea de furnizare a serviciilor mass-media poate fi desfășurată de persoane juridice constituite și înregistrate în condițiile legii sau persoane fizice care desfășoară activitate de întreprinzător sub orice formă de organizare juridică în domeniul mass-media, în condițiile legii.

(2) Statul și autoritățile publice nu pot fonda, deține sau controla furnizori de servicii mass-media, cu excepția cazurilor prevăzute de actele normative în vigoare, inclusiv a serviciilor publice media audiovizuale reglementate de Codul serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova, nr.174/2018.

(3) Furnizorii de servicii mass-media se constituie și se înregistrează în modul stabilit de legislația privind înregistrarea de stat a persoanelor juridice și a persoanelor fizice care desfășoară activitate de întreprinzător.

(4) Furnizorii de servicii mass-media își pot desfășura activitatea din momentul dobândirii personalității juridice sau, după caz, din momentul înregistrării activității de întreprinzător, cu respectarea prevederilor prezentei legi.

Articolul 6. Publicațiile de presă

(1) Publicațiile de presă sunt o colecție alcătuită din opere literare cu caracter jurnalistic, dar care poate include și alte opere sau alte obiecte protejate, și pot fi tipărite și/sau online, publicate sau actualizate periodic, ale căror conținut media este diseminat către public, inclusiv prin intermediul internetului, și întrunește cumulativ următoarele elemente:

a) constituie un element individual în cadrul unei publicații periodice sau publicații actualizate regulat sub un singur titlu, cum ar fi un ziar sau o revistă de interes general ori de specialitate;

b) are scopul de a oferi publicului larg informații, analize sau opinii legate de actualitate sau alte subiecte de interes public sau de interes general, inclusiv conținut cultural, educațional, științific, social sau de divertisment, fără a fi limitată doar la știri;

c) este publicată prin orice mijloc de comunicare (tipărit sau online), la inițiativa, sub responsabilitatea editorială și supravegherea unei persoane fizice sau juridice în calitate de furnizor de servicii mass-media care își asumă răspunderea pentru conținutul media publicat.

(2) Nu constituie publicații de presă, în sensul prezentei legi, materialele sau publicațiile cu caracter exclusiv publicitar ori promoțional, care nu au scop principal informarea publicului, sau publicațiile periodice care sunt publicate în scop științific sau academic, cum ar fi revistele științifice.

Articolul 7. Evidența furnizorilor de servicii mass-media

(1) Furnizorii de servicii mass-media pot fi înscrși, la cerere, în Registrul furnizorilor de servicii mass-media (în continuare – Registru), ținut de Ministerul Culturii.

(2) Înscrierea în Registru are caracter benevol și nu constituie o condiție pentru furnizarea unui serviciu mass-media, pentru crearea, producerea sau diseminarea conținutului media ori pentru exercitarea responsabilității editoriale.

(3) Neînscrierea în Registru nu poate limita exercitarea drepturilor furnizorilor de servicii mass-media prevăzute de prezenta lege și de alte acte normative și nu îi exonerează de obligațiile prevăzute de acestea.

(4) Accesarea mecanismelor de sprijin public prevăzute de legislația în vigoare, inclusiv prin intermediul Fondului pentru subvenționarea mass-mediei, este condiționată de înscrierea în calitate de furnizor de servicii mass-media în Registru, precum și de îndeplinirea celorlalte condiții prevăzute de actele normative aplicabile.

(5) În cazul în care se solicită înscrierea în Registru, cererea poate fi depusă în orice moment pe durata activității furnizorului de servicii mass-media și se însoțește exclusiv de informațiile și documentele disponibile furnizorului, după caz, necesare pentru evidența administrativă, după cum urmează:

a) actul de constituire a furnizorului de servicii mass-media, în cazul persoanelor juridice;

b) statutul sau regulamentul de funcționare, dacă acesta există potrivit legii;

c) denumirea și tipul serviciului mass-media furnizat, inclusiv indicarea caracterului tipărit, online, audiovizual sau mixt, precum și limba sau limbile conținutului media;

d) după caz, date privind înregistrarea fondatorului sau proprietarului la Agenția Servicii Publice;

e) informațiile privind structura proprietății, proprietarii beneficiari și categoriile principale ale surselor de finanțare, prezentate în conformitate cu obligațiile prevăzute la art. 14;

f) informații privind deținerea altor tipuri de publicații mass-media din țară și de peste hotare sau părți deținute în structura proprietății acestora;

g) persoanele din organele de conducere și, după caz, de supraveghere, precum și funcțiile deținute;

h) numele și prenumele redactorului-șef sau ale persoanei care exercită responsabilitatea editorială;

i) datele de contact ale furnizorului de servicii mass-media, inclusiv adresa juridică, adresele pentru corespondență (după caz), adresa poștei electronice și pagina web (după caz);

j) declarația privind asumarea responsabilității editoriale și, după caz, politica editorială.

(6) În cazul în care informațiile prezentate sunt incomplete, Ministerul Culturii solicită completarea acestora într-un termen de 5 zile.

(7) Ministerul Culturii prelucrează și publică pe pagina web oficială a ministerului informațiile incluse în Registru, în condițiile legislației privind protecția datelor cu caracter personal, în scopul asigurării transparenței privind funcționarea, administrarea, structura proprietății și sursele de finanțare ale furnizorilor mass-media, astfel încât utilizatorii de servicii mass-media să identifice și să înțeleagă potențialele conflicte de interese, prevenirea și descurajarea interferențelor nejustificate cu independența editorială, reducerea riscurilor de influență asupra conținutului media, precum și sprijinirea unui mediu concurențial deschis și echitabil, care să sporească

responsabilitatea furnizorilor de servicii mass-media față de utilizatori și să contribuie la îmbunătățirea calității și diversității produselor media.

(8) Ministerul Culturii examinează cererea și dispune, după caz, înscrierea în Registru în termen de 10 zile lucrătoare de la depunerea completă a informațiilor prevăzute la alin.(5).

(9) În Registru se înscriu, potrivit datelor declarate de furnizorii de servicii mass-media conform alin.(5), următoarele informații:

- a) denumirea și tipul serviciului mass-media furnizat;
- b) datele de contact ale furnizorului de servicii mass-media;
- c) date privind fondatorul, proprietarul sau fondatorii, cu indicarea datelor de identificare prevăzute de lege;
- d) adresa sediului principal și, după caz, a redacției furnizorului de servicii mass-media;
- e) numele și prenumele conducătorului furnizorului de servicii mass-media;
- f) numele și prenumele redactorului-șef sau ale persoanei care exercită responsabilitatea editorială și, după caz, componența consiliului editorial;
- g) limba sau limbile conținutului media;
- h) informațiile privind proprietarii beneficiari, conform datelor declarate potrivit art.14;
- i) informațiile privind principalele surse de finanțare, conform datelor declarate potrivit art.14;
- j) după caz, date privind tipărirea publicației și tirajul;
- k) modificările intervenite în informațiile înscrise și data actualizării acestora.

(10) Refuzul înscrierii în Registru poate interveni exclusiv în cazul:

- a) depunerii unor informații incomplete sau vădit eronate;
- b) imposibilității identificării furnizorului de servicii mass-media;
- c) necorespunderii solicitării cu cerințele prevăzute la alin.(5).

(11) Refuzul înscrierii în Registru se motivează și poate fi contestat în instanța de contencios administrativ, în condițiile legii.

(12) Furnizorii de servicii mass-media înscriși în Registru au obligația de a notifica Ministerului Culturii orice modificare a informațiilor declarate în termen de 10 zile lucrătoare de la data producerii acesteia.

(13) Radierea din Registru se efectuează:

- a) la cererea furnizorului de servicii mass-media;
- b) în cazul încetării activității furnizorului de servicii mass-media;
- c) în cazul furnizării unor informații false sau înșelătoare, dacă acestea nu sunt rectificate într-un termen de 5 zile, după solicitarea de rectificare a informațiilor de către Ministerul Culturii.

(14) Decizia de radiere se motivează și poate fi contestată în instanța de contencios administrativ.

(15) Obligațiile de transparență privind proprietatea și finanțarea furnizorilor de servicii mass-media se aplică tuturor furnizorilor de servicii mass-media, independent de înscrierea în Registru, și sunt reglementate de art.14 din prezenta lege.

(16) Informațiile din Registru sunt actualizate la zi și se publică pe pagina web oficială a Ministerului Culturii, cu respectarea legislației privind protecția datelor cu caracter personal.

Articolul 8. Drepturile furnizorilor de servicii mass-media

(1) Furnizorii de servicii mass-media au dreptul de a-și exercita activitatea profesională în mod liber și independent, cu respectarea prevederilor legii.

(2) Statul respectă, protejează și garantează libertatea și independența editorială a furnizorilor de servicii mass-media.

(3) Statul, autoritățile publice și autoritățile naționale de reglementare competente nu pot:

a) interveni sau încerca să influențeze în orice mod, direct sau indirect, politicile și deciziile editoriale ale furnizorilor de servicii mass-media;

b) reține, sancționa, intercepta, supune acțiunilor de supraveghere sau percheziție, punere sub sechestru sau cerceta furnizorii de servicii mass-media, orice persoane care, din cauza relației lor obișnuite sau profesionale cu un furnizor de servicii mass-media sau cu personalul editorial al acestuia, ar putea deține informații privind sursele jurnaliștilor, ori sediile comerciale și private ale acestora exclusiv pentru motivul refuzului de a divulga informații privind sursele jurnaliștilor, cu excepțiile prevăzute de Legea nr. 64/2010 cu privire la libertatea de exprimare.

c) instala sau utilizeze software de supraveghere intruziv asupra dispozitivelor sau echipamentelor utilizate de furnizorii de servicii mass-media, de personalul editorial al acestora sau de orice alte persoane care, din cauza relației lor obișnuite sau profesionale cu un furnizor de servicii mass-media ori cu personalul editorial al acestuia, ar putea deține informații legate de sursele jurnalistice sau de comunicările confidentiale ori capabile să le identifice, cu excepția situațiilor strict excepționale în care instalarea este prevăzută de lege, justificată de motive imperative de securitate națională și realizată în conformitate cu prezenta lege, fiind necesară și proporțională într-o societate democratică, autorizată în prealabil de instanța de judecată și aplicată numai în cazul în care alte măsuri mai puțin intruzive, inclusiv cele prevăzute la lit. (b), sunt insuficiente pentru obținerea informațiilor solicitate, absolut necesare, sau atunci când instalarea se efectuează în cadrul urmăririi penale privind infracțiuni deosebit de grave ori excepțional de grave săvârșite de una dintre persoanele menționate anterior, în condițiile prevăzute de lege.

(4) Orice restrângere a exercitării drepturilor și libertăților recunoscute ale furnizorilor de servicii mass-media trebuie să fie prevăzută de lege și să fie necesară într-o societate democratică pentru securitatea națională, integritatea teritorială sau siguranța publică, pentru a apăra ordinea și a preveni infracțiunile, pentru a proteja sănătatea și morala, reputația sau drepturile altora, pentru a împiedica divulgarea de informații confidentiale sau pentru a garanta autoritatea și imparțialitatea puterii judecătorești, și să facă obiectul unei autorizări prelabile din partea unei instanțe de judecată, iar în cazuri excepționale și urgente justificate în mod corespunzător, să fie ulterior autorizată de o instanță de judecată fără întârzieri.

(5) Încălcarea alin. (3) lit. (b) și (c) atrage răspundere contravențională sau penală, după caz, în condițiile legii.

Articolul 9. Obligații specifice ale unor de furnizori de servicii mass-media

(1) Furnizorii de servicii mass-media care oferă conținuturi de știri și actualități au obligația de a adopta măsuri organizatorice interne pentru garantarea independenței deciziilor editoriale. Aceste măsuri urmăresc în mod special:

a) garantarea dreptului persoanelor care exercită responsabilitatea editorială de a lua decizii editoriale în mod liber și independent, în conformitate cu standardele profesionale aplicabile activității jurnalistice;

b) asigurarea transparenței prin dezvăluirea oricărui conflict de interese real sau potențial al oricărei persoane care deține interese sau drepturi în cadrul furnizorului de servicii mass-media, în măsura în care un astfel de conflict ar putea influența furnizarea de conținuturi media de știri și actualități.

(2) Furnizorul de servicii mass-media online are obligația de a stabili și de a pune la dispoziția utilizatorilor reguli aplicabile conținutului generat de aceștia, inclusiv comentariilor și altor forme de interacțiune cu conținuturile media publicate pe paginile sale web și pe paginile sale oficiale de pe platformele online..

(3) Condițiile generale menționate la alin. (2) includ, între altele, o descriere a conținutului considerat vădit ilegal, precum și a conținutului care poate încălca drepturile protejate de lege.

(4) Comentariile menționate la alin. (2) reprezintă conținut generat de utilizatori, publicat ca reacție la conținuturile media ale furnizorului de servicii mass-media și/sau diseminate pe paginile oficiale ale acestuia pe rețelele de socializare.

(5) Furnizorul de servicii mass-media online este obligat să elimine imediat din momentul autosesizării sau sesizării motivate conținutul vădit ilegal generat de utilizator care încalcă drepturile protejate de lege, publicat pe paginile web și paginile oficiale de pe platformele online”(6) În cazurile în care conținutul necesită o analiză suplimentară, furnizorul de servicii mass-media online va elimina conținutul ilegal într-un termen rezonabil, care nu poate depăși 48 de ore din momentul autosesizării sau sesizării motivate

(7) Furnizorul de servicii mass-media online este obligat să dezvolte și instituie mecanisme funcționale și accesibile de notificare și analiză a conținutului generat de utilizator care să permită identificarea și eliminarea conținutului ilegal, inclusiv prin proceduri transparente și criterii clare de moderare, publicat pe paginile web și paginile oficiale de pe platformele online

(8) Furnizorul de servicii mass-media online are obligația să nu publice conținuturi media care:

a) sunt susceptibile de a afecta dezvoltarea fizică, mintală sau morală a minorilor, în special a celor ce conțin imagini cu scene pornografice sau scene de violență explicită sau alte elemente de natură să afecteze dezvoltarea minorilor;

b) au un conținut vădit ilegal.

Capitolul III

ORGANIZAREA ȘI EXERCITAREA ACTIVITĂȚII JURNALISTULUI.

DREPTURI ȘI OBLIGAȚII

Articolul 10. Organizarea activității jurnalistului

Activitatea jurnalistului poate fi realizată fie în baza unui contract individual de muncă, fie în baza unor contracte civile încheiate în condițiile legii cu un furnizor de servicii mass-media, fie în mod independent, în calitate de jurnalist independent..

Articolul 11. Autonomia profesională a jurnalistului și independența editorială

(1) Jurnaliștii și orice persoană care efectuează o activitate cu caracter jurnalistic în cadrul furnizorilor de servicii mass-media își exercită activitatea profesională în mod liber și independent. Aceștia își desfășoară activitatea în conformitate cu politica editorială a furnizorului de servicii mass-media, respectând deciziile editoriale și normele deontologice.

(2) Jurnalistul are dreptul să refuze să elaboreze un produs media sau alt conținut media în situația în care acesta contravine normelor, criteriilor și standardelor profesionale și etice ale jurnalismului. Aceste norme includ, dar nu se limitează la, imparțialitatea, corectitudinea, respectarea drepturilor persoanelor vizate în materialele jurnalistice, în conformitate cu principiile deontologice ale profesiei. Refuzul jurnalistului se face printr-o explicație scrisă adresată redactorului-șef. Refuzul jurnalistului nu poate atrage sancțiuni exclusiv pentru exercitarea acestui drept, inclusiv prin:

a) încetarea raporturilor de muncă;

b) reducerea salariului sau a remunerației;

c) transferarea într-o funcție care îl dezavantajează profesional.

(3) Jurnalistul nu poate fi concediat, nu i se poate rezilia contractul de muncă, nu i se poate reduce salariul sau altă remunerație, nu i se poate modifica statutul în cadrul redacției și nu poate fi dezavantajat în alt mod pentru opinii exprimate cu bună-credință în exercitarea activității profesionale, cu respectarea normelor deontologice și a politicii editoriale.

(4) Orice măsură disciplinară luată împotriva unui jurnalist trebuie să fie justificată și să respecte legislația muncii.

(5) Modificarea produselor media realizate de jurnalist se efectuează sub responsabilitatea editorială a furnizorului de servicii mass-media, cu respectarea integrității profesionale a autorului și a normelor deontologice aplicabile.

(6) Jurnalistul, creatorul de conținut media sau orice persoană care desfășoară activități cu caracter jurnalistic, precum și persoanele care colaborează cu aceștia au dreptul de a nu dezvălui identitatea surselor de informații sau orice informații care ar putea conduce la identificarea acestora, în condițiile Legii nr. 64/2010 cu privire la libertatea de exprimare.

(7) Constrângerea, intimidarea sau exercitarea oricăror presiuni asupra jurnalistului în scopul influențării activității jurnalistice atrage răspundere contravențională sau penală, după caz, în condițiile legii.

Articolul 12. Drepturile și obligațiile jurnalistului

(1) În scopul exercitării atribuțiilor profesionale, jurnalistul are dreptul:

a) să solicite și să primească informații de interes public în condițiile legii, în scopul diseminării publice, respectând standardele de acuratețe și onestitate;

b) să aibă acces liber și nediscriminatoriu la sursele oficiale de informații, inclusiv la cele deținute de autoritățile publice și organismele internaționale;

c) să se exprime liber, fără ingerințe sau cenzură, în conformitate cu principiile libertății de exprimare prevăzute de Legea nr.64/2010 cu privire la libertatea de exprimare;

d) să beneficieze de protecție împotriva oricărei forme de intimidare, hărțuire, sau violențe în exercitarea profesiei;

e) să participe la formări profesionale pentru dezvoltarea competențelor și să adere la organizații profesionale independente;

f) să refuze să realizeze sau să participe la realizarea produselor media sau conținuturilor media care contravin principiilor deontologice și etice sau cerințelor legale, fără a fi sancționat pentru exercitarea acestui drept;

g) să aibă acces în zonele calamităților naturale, dezastrelor tehnogene și sociale, cu respectarea normelor și rigorilor impuse de autorități;

h) să documenteze protestele publice și demonstrațiile, având acces liber la spațiile în care acestea se desfășoară, fără a fi supus intimidărilor sau restricțiilor nejustificate;

i) să fie protejat în timpul desfășurării activităților jurnalistice în zone de conflict sau război, având dreptul la sprijin logistic și juridic din partea angajatorilor și autorităților relevante;

j) să utilizeze echipamente de protecție personală în zone periculoase, inclusiv vestimentație marcată clar pentru identificarea statutului de jurnalist;

k) să beneficieze de acces la informații privind protestele și conflictele armate, cu respectarea normelor de securitate și confidențialitate;

l) să fie acreditat la evenimentele publice;

m) să beneficieze de protecția drepturilor sociale și economice legate de profesia sa, inclusiv dreptul la salarizare sau remunerare echitabilă

n) să beneficieze de alte drepturi prevăzute de legislație în exercitarea profesiei.

(2) Jurnalistului nu i se poate refuza acreditarea pentru niciun eveniment organizat de autorități sau instituții publice decât pentru motive obiective, justificate și proporționale. Regulile și procedura de acreditare sunt stabilite conform Regulamentului aprobat de Guvern.

(3) Înainte de a publica informații despre un anumit eveniment, fenomen sau persoană, jurnalistul este obligat să verifice originea, veridicitatea și caracterul complet al informațiilor, cu diligența profesională rezonabilă.

(4) Jurnaliștii străini, în exercitarea activității lor profesionale în Republica Moldova, au aceleași drepturi și obligații ca și jurnaliștii din Republica Moldova.

(5) Jurnaliștii străini sunt acreditați în Republica Moldova de Ministerul Afacerilor Externe, conform Regulamentului aprobat de Guvern.

(6) Refuzul de acreditare a jurnaliștilor poate fi contestat în instanța de judecată.

(7) Jurnalistul beneficiază de protecție împotriva oricăror forme de supraveghere, monitorizare tehnică sau ingerințe nejustificate care pot afecta exercitarea activității jurnalistice, independența editorială ori confidențialitatea surselor de informații.

(8) Orice restrângere a exercitării drepturilor jurnalistului trebuie să fie prevăzută de lege, să urmărească un scop legitim și să fie necesară și proporțională într-o societate democratică, în vederea asigurării securității naționale, integrității teritoriale sau siguranței publice, apărării ordinii și prevenirii infracțiunilor, protejării sănătății ori a moralei, protejării reputației sau a drepturilor altora, prevenirii divulgării informațiilor confidențiale ori garantării autorității și imparțialității puterii judecătorești.

(9) În scopul exercitării atribuțiilor profesionale, jurnalistul are obligația:

a) să respecte legislația aplicabilă și normele deontologice ale profesiei jurnalistice;;

b) să asigure acuratețea, imparțialitatea și echilibrul informațiilor prezentate, inclusiv verificarea surselor și evitarea distorsionării faptelor;

c) să respecte confidențialitatea surselor de informații, cu excepția prevăzută de Legea nr. 64/2010 cu privire la libertatea de exprimare;

d) să respecte drepturile fundamentale ale omului, inclusiv dreptul la viață privată, onoare, reputație profesională și demnitate umană;

e) să utilizeze doar mijloace legale, transparente și etice pentru obținerea informațiilor, evitând orice formă de manipulare sau presiune nejustificată;

f) să prevină și să combată diseminarea discursurilor de ură, rasismului, xenofobiei și altor forme de intoleranță;

g) să respecte normele de securitate și să colaboreze cu autoritățile în zone de protest sau conflict pentru protecția proprie și a celorlalți;

h) să considere drept abateri profesionale grave: plagiatul, calomnia, defăimarea, acuzațiile nefondate și acceptarea de avantaje materiale sau nepatrimoniale ilicite pentru publicarea sau nepublicarea informațiilor de interes public;

i) să respecte regulile de utilizare a instrumentelor de inteligență artificială în mod responsabil, în conformitate cu normele deontologice aplicabile profesiei jurnalistice;

j) să exercite activitatea jurnalistică cu respectarea normelor deontologice recunoscute ale profesiei, inclusiv a Codului deontologic al jurnalistului din Republica Moldova.

CAPITOLUL IV

FINANȚAREA ȘI TRANSPARENTA FURNIZORILOR DE SERVICII MASS-MEDIA

Articolul 13. Finanțarea furnizorilor de servicii mass-media

(1) Furnizorul de servicii mass-media își desfășoară activitatea în condiții de autonomie economică și autogestione financiară.

(2) Sursele de finanțare ale furnizorului de servicii mass-media pot fi:

a) contribuții financiare ale fondatorului sau proprietarului;

b) publicitate și sponsorizare;

c) donații și granturi;

d) vânzarea de produse media, producții și coproducții de conținuturi media;

e) prestarea de servicii specializate;

f) mijloace din Fondul pentru subvenționarea mass-mediei, în condițiile Legii nr. 50/2024 cu privire la Fondul pentru subvenționarea mass-mediei, precum și alte forme de sprijin financiar acordate din fonduri publice, inclusiv publicitate de stat, granturi, subvenții sau contracte finanțate de autoritățile publice;

g) alte surse de finanțare obținute în condițiile legii.

(3) Sursele de finanțare prevăzute la alin. (2) se declară potrivit art. 14 și nu pot afecta independența editorială a furnizorului de servicii mass-media.

Articolul 14. Transparența proprietății furnizorilor de servicii mass-media

(1) Furnizorii de servicii mass-media au obligația să asigure transparența structurii de proprietate și a surselor de finanțare, în conformitate cu prezenta lege și cu prevederile Codului serviciilor media audiovizuale, în scopul protejării pluralismului mediatic și al interesului public, indiferent de modalitatea de furnizare a serviciului mass-media (tipărit, audiovizual, online sau mixt).

(2) Obligațiile de transparență prevăzute de prezentul articol se aplică cu respectarea principiului proporționalității, ținând cont de dimensiunea, impactul și forma de organizare a furnizorului de servicii mass-media, fără a aduce atingere obiectivului de asigurare a pluralismului mediatic.

(3) Furnizorii de servicii mass-media au obligația de a asigura accesul facil, direct și permanent al utilizatorilor serviciilor mass-media la cel puțin următoarele categorii de informații:

- a) denumirea, forma juridică și sediul furnizorului de servicii mass-media;
- b) numele reprezentanților legali sau ale persoanelor care exercită funcții de conducere executivă ale furnizorului de servicii mass-media;
- c) proprietarii beneficiari care dețin, direct sau indirect, controlul asupra furnizorului de servicii mass-media;
- d) acțiunile, părțile sociale sau cotele de participare deținute de furnizorul de servicii mass-media ori de proprietarii acestuia în alți furnizori de servicii mass-media sau în alte entități din domeniul mass-media, în măsura în care acestea pot influența controlul sau politica editorială;
- e) lista acționarilor sau a asociațiilor furnizorului de servicii mass-media până la nivel de persoană fizică, potrivit legislației în vigoare, precum și cotele de participare deținute de aceștia;
- f) persoanele din organul de conducere și, după caz, de supraveghere, precum și funcțiile deținute de acestea;
- g) politica editorială sau principiile care guvernează exercitarea responsabilității editoriale, precum și persoana sau persoanele responsabile de aceasta;
- h) numele și prenumele redactorului-șef sau ale persoanei care exercită responsabilitatea editorială;
- i) datele de contact ale furnizorului de servicii mass-media, inclusiv adresa juridică, adresele pentru corespondență (după caz), adresa poștei electronice și adresa paginii web oficiale, la care acesta poate fi contactat rapid, direct și efectiv;
- j) conflictele de interese declarate care pot influența activitatea editorială;
- k) categoriile surselor de finanțare în condițiile art. 13 alin. (2);
- l) informații privind finanțarea obținută din fonduri publice, inclusiv publicitate de stat, granturi, subvenții, contracte sau alte forme de sprijin financiar acordate de autoritățile publice;
- m) relațiile de exercitare a controlului, direct sau indirect, cu alți furnizori de servicii mass-media sau cu partide ori organizații social-politice, în măsura în care acestea pot influența deciziile editoriale.

(4) Furnizorii de servicii mass-media transmit Ministerului Culturii informațiile prevăzute la alin. (3) la inițierea activității sau la intrarea în vigoare a prezentei legi, după caz, precum și orice modificare a acestora în termen de 10 zile lucrătoare de la data producerii modificării, în scopul asigurării evidenței publice privind proprietatea și finanțarea mass-media. Această obligație se aplică tuturor furnizorilor de servicii mass-media, independent de înscrierea în Registrul prevăzut la articolul 7, și nu constituie o condiție pentru exercitarea activității mass-media.

(5) Furnizorii de servicii mass-media care furnizează servicii mass-media online publică informațiile prevăzute la alin. (3) într-o secțiune distinctă a paginii web oficiale, ușor accesibilă de pe pagina principală. Informațiile prevăzute la alin. (3) se actualizează în termen de 10 zile lucrătoare de la data survenirii modificării, cu indicarea datei ultimei

actualizări. Obligațiile prevăzute la prezentul articol nu aduc atingere protecției datelor cu caracter personal, secretului comercial sau protecției surselor jurnalistice, în condițiile legii.

(6) În cazul furnizorilor de servicii mass-media aflați sub incidența Codului serviciilor media audiovizuale, monitorizarea respectării obligațiilor de transparență prevăzute de prezentul articol se realizează de Consiliul Audiovizualului, în limitele competențelor stabilite de lege.

(7) În cazul furnizorilor de servicii mass-media care nu intră sub incidența Codului serviciilor media audiovizuale, nr.174/2018, Ministerul Culturii asigură evidența și publicarea informațiilor privind transparența proprietății și a finanțării, pe baza datelor declarate de furnizorii de servicii mass-media potrivit alin. (3), inclusiv prin raportare la informațiile înscrise în Registrul mass-media și la registrele publice oficiale relevante.

(8) Exercițarea atribuțiilor prevăzute la alin. (6) are caracter exclusiv administrativ și se limitează la verificarea exactității, caracterului complet și actualizării informațiilor declarate de furnizorii de servicii mass-media. Aceste atribuții nu pot implica evaluarea conținutului editorial, controlul politicii editoriale sau orice altă formă de ingerință în activitatea editorială a furnizorilor de servicii mass-media.

(9) În cazul constatării unor informații incomplete, neactualizate sau vădit eronate, Ministerul Culturii solicită furnizorului de servicii mass-media remedierea situației într-un termen rezonabil, care nu poate depăși 10 zile lucrătoare de la notificare.

(10) În cazul neconformării în termenul prevăzut la alin. (9), încălcarea obligațiilor prevăzute de prezentul articol atrage răspundere contravențională, în condițiile legii.

Articolul 15. Concentrările pe piața serviciilor mass-media

(1) Concentrările pe piața serviciilor mass-media, inclusiv concentrările orizontale, verticale sau încrucișate, pot avea loc în măsura, în care acestea nu au impact semnificativ asupra pluralismului mediatic sau a independenței editoriale.

(2) Pentru furnizorii de publicații de presă Consiliul Concurenței stabilește norme și proceduri transparente, obiective, proporționale și nediscriminatorii care se referă, cel puțin, la:

a) obligația furnizorului de publicații de presă să notifice în prealabil Consiliul Concurenței despre intenția de a fi parte la o eventuală concentrare;

b) evaluarea de către Consiliul Concurenței a impactului unei concentrări care face obiectul notificării asupra pluralismului mediatic și a independenței editoriale, cât și termenii procedurali pentru finalizarea a evaluării;

c) criterii obiective pentru evaluarea impactului concentrărilor pe piața mass-media asupra pluralismului mediatic și a independenței editoriale.

(3) La evaluarea menționată în alin. (2) al acestui articol, care este distinctă de evaluările legislației în materie de concurență, inclusiv de cele prevăzute de normele privind controlul concentrărilor economice, trebuie să se țină cont de următoarele elemente:

a) impactul concentrării asupra pluralismului mediatic, inclusiv efectele sale asupra formării opiniei publice și asupra diversității actorilor de pe piața mass-mediei, ținând seama de interesele, legăturile sau activitățile părților în cadrul altor activități din domeniul mass-mediei sau din afara acesteia;

b) garanțiile pentru independența editorială, inclusiv impactul concentrării asupra funcționării echipelor editoriale și existența unor măsuri luate de furnizorii de servicii mass-media în vederea garantării independenței deciziilor editoriale individuale;

c) dacă, în absența concentrării, entitatea care dobândește și cea dobândită și-ar menține sustenabilitatea din punct de vedere economic și dacă există alternative posibile pentru a asigura sustenabilitatea sa economică;

d) după caz, angajamentele pe care oricare dintre părțile implicate în concentrarea pieței mass-mediei le-ar putea oferi pentru a proteja pluralismul mass-mediei și independența editorială.

(4) Procedurile de notificare și evaluare a concentrărilor pe piața mass-media se aprobă prin regulament al Consiliului Concurenței, elaborat în consultare cu autoritățile competente din domeniul mass-media.

(5) În procesul aplicării criteriilor de evaluare a impactului concentrărilor pieței mass-media asupra pluralismului mediatic și a independenței editoriale, Consiliul Concurenței, consultă în prealabil autoritățile relevante cu privire la orice aviz sau decizie pe care intenționează să o adopte, evaluând impactul unei concentrări a pieței mass-media care face obiectul notificării asupra pluralismului mediatic și a independenței editoriale, în cazul în care astfel de concentrări pot afecta funcționarea pieței interne.

(6) Deciziile motivate ale Consiliului Concurenței adoptate în urma evaluării notificărilor privind concentrările pe piața mass-media sunt făcute publice, cu respectarea legislației privind protecția secretului comercial și a altor informații protejate de lege.

Articolul 16. Măsurarea audienței

(1) Furnizorii de sisteme de măsurare a audienței se asigură că sistemele lor de măsurare a audienței și metodologia utilizată de sistemele lor de măsurare a audienței respectă principiile transparenței, imparțialității, incluziunii, proporționalității, nediscriminării, comparabilității și caracterului verificabil.

(2) Fără a aduce atingere protecției secretelor comerciale, furnizorii sistemelor private de măsurare a audienței furnizează, fără întârzieri nejustificate și în mod gratuit, furnizorilor de servicii mass-media, agențiilor de publicitate și părților terțe autorizate de furnizorii de servicii mass-media și de agențiile de publicitate informații exacte, detaliate, cuprinzătoare, inteligibile și actualizate cu privire la metodologia utilizată de sistemele lor de măsurare a audienței.

(3) Furnizorii de sisteme private de măsurare a audienței se asigură că metodologia utilizată de sistemele lor de măsurare a audienței și modul în care aceasta este aplicată fac obiectul unui audit independent o dată pe an.

(4) Cu respectarea legislației în vigoare privind protecția datelor și a vieții private, la cererea unui furnizor de servicii mass-media sau agenții de publicitate, un furnizor al unui sistem privat de măsurare a audienței îi furnizează informații cu privire la rezultatele măsurării audienței, inclusiv date neagregate, care se referă la conținutul mediatic și la serviciile mass-media ale respectivului furnizor de servicii mass-media.

(5) Furnizorii de sisteme de măsurare a audienței funcționează în baza unor coduri de conduită elaborate sau convenite prin mecanisme de autoreglementare cu furnizorii de servicii mass-media, organizațiile lor reprezentative și orice alte părți interesate, menite să promoveze monitorizarea periodică, independentă și transparentă a îndeplinirii eficace a obiectivelor lor și a respectării principiilor menționate la alineatul (1), inclusiv prin audituri independente și transparente.

Capitolul V

POLITICILE ȘI AUTOREGLEMENTAREA ÎN DOMENIUL MASS-MEDIA

Articolul 17. Autoritatea responsabilă de promovarea politicilor în domeniul mass-media

(1) Ministerul Culturii este autoritatea administrației publice centrale responsabilă de elaborarea și promovarea politicilor publice în domeniul mass-media, precum și de asigurarea implementării politicilor publice stabilite prin prezenta lege, în limitele competențelor stabilite de cadrul normativ.

(2) În exercitarea atribuțiilor prevăzute de prezenta lege, Ministerul Culturii cooperează cu autoritățile publice naționale competente, cu organizațiile internaționale relevante, cu organizațiile societății civile din domeniul mass-media, inclusiv cu Consiliul de Presă din Republica Moldova, precum și cu alte entități relevante.

(3) În exercitarea atribuțiilor stabilite de prezenta lege, Ministerul Culturii examinează petițiile și sesizările ce țin de domeniul său de competență administrativă,

poate solicita, la necesitate, opinii sau expertize independente și dispune măsuri administrative, inclusiv solicitarea completării informațiilor, emiterea notificărilor de conformare și sesizarea autorităților competente, fără aplicarea de sancțiuni și fără exercitarea atribuțiilor de reglementare sectorială, în limitele competențelor stabilite de lege, fără exercitarea atribuțiilor de reglementare, supraveghere sectorială sau control asupra conținutului media ori a deciziilor editoriale.

(4) Ministerul Culturii nu poate interveni în exercitarea responsabilității editoriale.

Articolul 18. Consiliul de Presă

(1) Consiliul de Presă este o organizație necomercială independentă, constituită în conformitate cu Legea nr. 86/2020 privind organizațiile necomerciale, care exercită funcții de autoreglementare în domeniul mass-media, în baza principiilor independenței, imparțialității și transparenței.

(2) Consiliul de Presă este un mecanism de autoreglementare a activității furnizorilor de servicii mass-media și a jurnaliștilor și funcționează în temeiul Codului deontologic al jurnalistului din Republica Moldova, al statutului și regulamentelor sale.

(3) Consiliul de Presă examinează plângeri și autosesizări privind respectarea normelor deontologice, adoptă decizii privind constatarea unor abateri deontologice și formulează recomandări. Deciziile Consiliului de Presă au caracter consultativ și etic și nu produc efecte juridice obligatorii, inclusiv de natură sancționatorie.

(4) Activitatea Consiliului de Presă nu poate conduce la restrângerea libertății editoriale, nu substituie și nu afectează competențele autorităților publice prevăzute de lege.

(5) Persoanele care consideră că printr-o decizie a Consiliului de Presă le-au fost afectate drepturile sau interesele legitime se pot adresa instanței de judecată competente, în condițiile legii, instanța examinând cauza potrivit competenței sale.

Articolul 19. Răspunderea

(1) Încălcarea prevederilor prezentei legi atrage răspundere civilă, contravențională sau penală, după caz, în condițiile legislației în vigoare, inclusiv ale Codului serviciilor media audiovizuale nr. 174/2018, atunci când acesta este aplicabil.

(2) Nerespectarea obligațiilor prevăzute la art. 9 alin. (5) - (8) atrage, după caz, răspundere contravențională sau penală, în condițiile legii, cu respectarea garanțiilor prevăzute de Legea nr. 64/2010 cu privire la libertatea de exprimare.

Capitolul VI DISPOZIȚII FINALE ȘI TRANZITORII

Articolul 20. Intrarea în vigoare și organizarea executării legii

(1) Prezenta lege intră în vigoare la expirarea termenului de 6 luni de la data publicării în Monitorul Oficial al Republicii Moldova.

(2) În termen de 6 luni de la data publicării prezentei legi, Guvernul:

a) va prezenta Parlamentului propuneri privind aducerea legislației în vigoare în concordanță cu prezenta lege;

b) va aduce actele sale normative în concordanță cu prezenta lege;

c) va asigura aducerea actelor normative ale autorităților administrației publice centrale de specialitate în concordanță cu prezenta lege.

(3) La data intrării în vigoare a prezentei legi, Legea presei nr.243/1994 se abrogă.

PREȘEDINTELE PARLAMENTULUI

NOTA DE FUNDAMENTARE la proiectul Legii privind mass-media

1. Denumirea sau numele autorului și, după caz, a/al participanților la elaborarea proiectului actului normativ

Proiectul Legii privind mass-media reprezintă o inițiativă legislativă a unui grup de deputați în Parlamentul Republicii Moldova, elaborată pe platforma Comisiei cultură, educație, cercetare, tineret, sport și mass-media, cu ampla contribuție a membrilor Consiliului de experți în domeniul mass-mediei din societatea civilă, a reprezentanților Ministerului Culturii și ai Consiliului Audiovizualului.

2. Condițiile ce au impus elaborarea proiectului actului normativ

2.1. Temeiul legal sau, după caz, sursa proiectului actului normativ

Necesitatea elaborării proiectului Legii privind mass-media este determinată de procesul de modernizare a cadrului normativ național în domeniul mass-mediei și de aliniere acestuia la standardele europene privind libertatea presei, pluralismul mediatic și transparența proprietății mass-media, precum și de evoluțiile semnificative ale sectorului.

În prezent, domeniul presei scrise în Republica Moldova este reglementat în principal prin Legea presei nr. 243/1994, adoptată într-un context social, economic și tehnologic specific anilor '90, în care spațiul mediatic era dominat de publicații tipărite și agenții de presă. Această reglementare a avut un rol important în consolidarea libertății de exprimare în perioada de tranziție democratică, însă nu reflectă evoluțiile ulterioare ale pieței media, caracterizate prin convergență tehnologică, digitalizarea producției și distribuției conținutului media și apariția unor noi forme de servicii mass-media.

Deși Legea nr. 64/2010 privind libertatea de exprimare a consolidat protecția dreptului la liberă exprimare și a stabilit garanții importante pentru exercitarea acestuia, aceasta are un caracter general, se concentrează asupra echilibrului între libertatea de exprimare și apărarea onoarei, demnității și vieții private și nu reglementează în mod specific funcționarea instituțiilor mass-media, responsabilitatea editorială, transparența proprietății sau mecanismele de asigurare a pluralismului mediatic.

Totodată, evoluțiile recente ale pieței media, în special creșterea rolului platformelor online și extinderea distribuției digitale a conținutului jurnalistic, au evidențiat necesitatea instituirii unui cadru normativ clar privind activitatea furnizorilor de servicii mass-media, indiferent de mediul tehnologic utilizat pentru distribuirea conținutului. În același timp, aceste evoluții impun consolidarea garanțiilor privind independența editorială și protecția activității jurnalistice.

Necesitatea consolidării cadrului legislativ național este susținută și de jurisprudența Curții Europene a Drepturilor Omului, care a subliniat în mod constant rolul esențial al mass-mediei, cel de „câine de pază al democrației”. În mai multe cauze împotriva Republicii Moldova, inclusiv Flux c. Moldovei și Manole și alții c. Moldovei, Curtea a constatat încălcări ale articolului 10 din Convenția Europeană a Drepturilor Omului, evidențiind importanța existenței unor garanții legislative clare pentru protecția jurnaliștilor și pentru independența instituțiilor media.

Proiectul de lege este elaborat și în contextul evoluțiilor recente ale cadrului normativ european în domeniul mass-mediei. La nivelul Uniunii Europene a fost adoptat Regulamentul (UE) 2024/1083 de stabilire a unui cadru comun pentru serviciile mass-media în cadrul pieței interne și de modificare a Directivei 2010/13/UE (Regulamentul european privind libertatea mass-mediei - *European Media Freedom Act (EMFA)*), care stabilește standarde moderne privind protecția pluralismului mediatic, transparența proprietății mass-media, independența editorială și protecția activității jurnalistice. Proiectul de lege reflectă principiile relevante ale acestui act european, inclusiv cele referitoare la dreptul publicului de a avea acces la pluralitate de conținut editorial independent, garanțiile privind independența editorială și protecția surselor jurnalistice, transparența proprietății mass-media, precum și evaluarea concentrărilor pe piața media din perspectiva pluralismului și independenței editoriale.

În rapoartele de extindere ale Comisiei Europene a fost evidențiată necesitatea consolidării cadrului normativ privind libertatea și pluralismul mass-media, inclusiv prin adoptarea unei legislații moderne care să asigure transparența proprietății mass-media, inclusiv a presei tipărite și online. În acest context, proiectul Legii privind mass-media contribuie la realizarea angajamentelor asumate de Republica Moldova în procesul de integrare europeană, inclusiv în cadrul Programului Național de Aderare la Uniunea Europeană, Capitolul 23 – „Sistemul judiciar și drepturile fundamentale”, secțiunea 23.3.5. *Libertatea și pluralismul mass-media*. Astfel, proiectul urmărește consolidarea cadrului juridic privind libertatea mass-media, pluralismul mediatic, transparența proprietății mass-media și protecția jurnaliștilor, în concordanță cu standardele Uniunii Europene și ale Consiliului Europei.

Prin urmare, elaborarea proiectului de lege este determinată de necesitatea înlocuirii unei reglementări învechite, completării cadrului normativ existent și alinierii legislației naționale la standardele europene și la jurisprudența Curții Europene a Drepturilor Omului, în vederea consolidării libertății mass-media, pluralismului mediatic, transparenței proprietății mass-media și protecției activității jurnalistice.

Proiectul de lege face parte din pachetul legislativ privind modernizarea cadrului normativ în domeniul mass-media și a fost supus expertizei Comisiei Europene pentru Democrație prin Drept (Comisia de la Veneția). Recomandările formulate în Opinia CDL-AD(2025)027 au fost analizate și integrate în procesul de revizuire a proiectului, în special în ceea ce privește clarificarea definițiilor, reglementarea procedurilor privind evidența furnizorilor de servicii mass-media și consolidarea garanțiilor privind independența editorială.

2.2. Descrierea situației actuale și a problemelor care impun intervenția, inclusiv a cadrului normativ aplicabil și a deficiențelor/lacunelor normative

Situația actuală a cadrului normativ aplicabil presei scrise și serviciilor mass-media online evidențiază existența unor lacune legislative și a unei reglementări fragmentate, determinate de caracterul depășit al Legii presei nr. 243-XIII din 26 octombrie 1994.

Legea presei nr. 243-XIII din 26 octombrie 1994 reglementează în principal activitatea publicațiilor periodice și a agențiilor de presă, însă prevederile acesteia nu mai corespund evoluțiilor recente ale ecosistemului mediatic, caracterizat prin convergență tehnologică, digitalizarea producției și distribuției conținutului jurnalistic și dezvoltarea serviciilor mass-media online.

Reglementarea actuală a sectorului mass-media este dispersată în mai multe acte normative adoptate în perioade diferite și cu obiecte de reglementare distincte. Astfel, serviciile media audiovizuale sunt reglementate în principal prin Codul serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova, iar normele generale privind exercitarea libertății de exprimare și echilibrul acesteia cu protecția onoarei, demnității și vieții private sunt prevăzute în Legea nr. 64/2010 privind libertatea de exprimare, aplicată în special în litigii privind defăimarea și protecția vieții private. În aceste condiții, cadrul juridic aplicabil presei scrise și serviciilor mass-media online rămâne limitat și incomplet, în special în ceea ce privește organizarea și funcționarea instituțiilor media, responsabilitatea editorială, transparența proprietății mass-media și mecanismele de asigurare a pluralismului mediatic.

În același timp, evoluțiile tehnologice și transformarea modului de producere și distribuire a informației au generat noi provocări pentru funcționarea independentă a instituțiilor media. Creșterea rolului platformelor digitale și al altor intermediari online în distribuția conținutului jurnalistic, precum și schimbările structurale ale pieței media evidențiază necesitatea consolidării garanțiilor privind independența editorială și protecția activității jurnalistice împotriva ingerințelor nejustificate.

În fața acestor schimbări, cadrul legislativ actual nu asigură o reglementare eficientă. Deși Legea privind libertatea de exprimare din 2010 protejează drepturile fundamentale ale persoanelor în raport cu exprimarea publică, aceasta nu stabilește norme privind organizarea activității instituțiilor media, transparența proprietății, prevenirea

concentrării excesive sau protecția editorială în fața presiunilor economice și politice. În plus, nu există reguli clare privind noile fenomene apărute în mediul digital, precum răspândirea dezinformării sau influența algoritmică asupra distribuției conținutului.

În paralel, cadrul normativ european a cunoscut o evoluție semnificativă în direcția consolidării standardelor privind pluralismul mediatic, transparența proprietății mass-media și protecția independenței editoriale. În acest sens, Regulamentul (UE) 2024/1083 privind instituirea unui cadru comun pentru serviciile mass-media în cadrul pieței interne (*European Media Freedom Act - EMFA*) stabilește standarde moderne referitoare la transparența proprietății mass-media, evaluarea concentrărilor pe piața media din perspectiva impactului asupra pluralismului mediatic, protecția surselor jurnalistice și limitarea ingerințelor nejustificate în activitatea editorială.

În contextul Republicii Moldova, aceste evoluții sunt relevante și din perspectiva procesului de integrare europeană, inclusiv în raport cu recomandările formulate în rapoartele de extindere ale Comisiei Europene, care evidențiază necesitatea consolidării cadrului normativ privind libertatea și pluralismul mass-media și extinderea cerințelor de transparență a proprietății mass-media și asupra presei scrise și serviciilor mass-media online.

Prin urmare, cadrul normativ existent nu asigură o reglementare coerentă și completă a presei scrise și a serviciilor mass-media online, în special în ceea ce privește transparența proprietății mass-media, responsabilitatea editorială și mecanismele de garantare a pluralismului mediatic. În aceste condiții, adoptarea unei noi Legi privind mass-media este necesară pentru consolidarea cadrului juridic aplicabil acestor servicii și pentru alinierea acestuia la evoluțiile tehnologice și la standardele europene în materie de libertate și pluralism al mass-mediei.

3. Obiectivele urmărite și soluțiile propuse

3.1. Principalele prevederi ale proiectului și evidențierea elementelor noi

Obiectivele proiectului de lege vizează modernizarea și consolidarea cadrului normativ aplicabil furnizorilor de servicii mass-media, astfel încât acesta să fie aplicabil indiferent de forma de distribuție a conținutului media (tipărită, online sau mixtă; transmisiunile de televiziune sau radio, serviciile mass-media audiovizuale la cerere, podcasturile audio sau publicațiile de presă), să consolideze garanțiile privind independența editorială și să asigure un nivel adecvat de transparență a proprietății și finanțării instituțiilor mass-media. Proiectul urmărește, totodată, crearea unui cadru juridic coerent care să asigure echilibrul dintre libertatea de exprimare, responsabilitatea editorială și protecția pluralismului mediatic, în concordanță cu standardele europene relevante și cu evoluțiile recente ale pieței media.

Proiectul introduce, în calitate de lege-cadru aplicabilă furnizorilor de servicii mass-media, un set de prevederi noi menite să modernizeze cadrul juridic existent și să consolideze garanțiile privind libertatea de exprimare, pluralismul mediatic și independența editorială. În acest sens, proiectul de lege prevede următoarele elemente principale:

- definirea principalelor concepte relevante pentru domeniul mass-media, precum pluralism mediatic, responsabilitate editorială, furnizor de servicii mass-media, concentrări pe piața mass-media pentru a elimina ambiguitățile și a întări securitatea juridică a subiecților reglementării;
- consolidarea protecției jurnaliștilor prin măsuri menite să garanteze libertatea editorială, autonomia instituțiilor mass-media și apărarea împotriva oricăror forme de presiune sau ingerință externă;
- instituirea Registrului furnizorilor de servicii mass-media, gestionat de Ministerul Culturii, cu caracter benevol, destinat evidenței administrative a furnizorilor de servicii mass-media și facilitării accesului publicului la informații privind structura proprietății și principalele surse de finanțare ale instituțiilor media;
- stabilirea unor reguli de transparență privind proprietatea și finanțarea furnizorilor de servicii mass-media;

- instituirea unor repere pentru evaluarea concentrărilor pe piața serviciilor mass-media, inclusiv din perspectiva impactului asupra pluralismului mediatic și independenței editoriale, cu atribuții corespunzătoare pentru Consiliul Concurenței, în conformitate cu cadrul legislativ aplicabil în domeniul concurenței;
- consolidarea garanțiilor privind independența editorială a furnizorilor de servicii mass-media, prin stabilirea principiilor menite să prevină ingerințele nejustificate în activitatea editorială și să asigure exercitarea liberă a profesiei jurnalistice;
- clarificarea rolurilor instituționale ale autorităților publice implicate în domeniul mass-media, în special ale Ministerului Culturii, Consiliului Audiovizualului și Consiliului Concurenței, fiecare în limitele atribuțiilor stabilite de legislația în vigoare;
- recunoașterea mecanismelor de autoreglementare în domeniul mass-media, prin consacrarea Consiliului de Presă din Republica Moldova ca mecanism național de autoreglementare bazat pe aplicarea normelor deontologice ale profesiei jurnalistice, ale cărui decizii au caracter etic și consultativ;
- apropierea cadrului normativ național de standardele europene relevante, inclusiv de prevederile Regulamentului (UE) 2024/1083 privind instituirea unui cadru comun pentru serviciile mass-media în cadrul pieței interne (*European Media Freedom Act - EMFA*), în special în ceea ce privește transparența proprietății mass-media, protecția independenței editoriale și evaluarea concentrărilor pe piața mass-media.

Prin aceste noi abordări, noua lege își propune să asigure o funcționare mai transparentă, echitabilă și democratică a pieței mass-media din Republica Moldova, să întărească reziliența informațională a societății și să creeze condițiile necesare pentru consolidarea statului de drept și a democrației.

3.2. Opțiunile alternative analizate și motivele pentru care acestea nu au fost luate în considerare

În procesul de elaborare a proiectului Legii privind mass-media au fost analizate mai multe opțiuni de intervenție legislativă, având în vedere necesitatea asigurării unui cadru normativ coerent și adaptat evoluțiilor recente ale pieței media.

O primă opțiune a vizat operarea unor modificări punctuale asupra cadrului normativ existent, inclusiv asupra Codului serviciilor media audiovizuale sau asupra altor acte normative relevante, precum Legea presei nr. 243/1994 și Legea nr. 64/2010 privind libertatea de exprimare. Această opțiune nu a fost considerată adecvată, întrucât Codul serviciilor media audiovizuale reglementează în mod specific domeniul serviciilor media audiovizuale. În același timp, modificările limitate asupra altor acte normative ar fi menținut caracterul fragmentat al cadrului legislativ existent și nu ar fi permis instituirea unei reglementări unitare a sectorului mass-media, adaptată evoluțiilor tehnologice și transformărilor pieței media.

O altă opțiune analizată a fost menținerea unei abordări bazate exclusiv pe autoreglementarea sectorului mass-media, prin consolidarea mecanismelor profesionale și a codurilor deontologice adoptate de organizațiile de breaslă. Deși autoreglementarea reprezintă un instrument important pentru promovarea standardelor etice în activitatea jurnalistică și pentru responsabilizarea profesiei, experiența comparată arată că aceasta nu poate substitui existența unor garanții legale minime privind transparența proprietății mass-media, prevenirea concentrării excesive pe piața media sau protecția pluralismului mediatic. În absența unui cadru legal adecvat, mecanismele de autoreglementare nu pot asigura, de unele singure, transparența funcționării pieței media și protecția efectivă a independenței editoriale.

În elaborarea proiectului de lege a fost avut în vedere principiul proporționalității intervenției legislative, potrivit căruia reglementarea statului trebuie să stabilească doar garanțiile juridice esențiale pentru funcționarea transparentă și pluralistă a sectorului mass-media, fără a afecta independența editorială a instituțiilor media și rolul mecanismelor de autoreglementare.

În aceste condiții, elaborarea unei noi legi-cadru privind mass-media a fost identificată ca soluția cea mai adecvată pentru asigurarea unei reglementări unitare și

moderne a sectorului mass-media. Această abordare permite instituirea unui cadru juridic coerent aplicabil furnizorilor de servicii mass-media, indiferent de modalitatea de distribuție a conținutului media, precum și apropierea cadrului normativ național de standardele europene relevante, inclusiv de prevederile Regulamentului (UE) 2024/1083 privind instituirea unui cadru comun pentru serviciile mass-media în cadrul pieței interne (*European Media Freedom Act – EMFA*). Adoptarea unei legi-cadru privind mass-media contribuie astfel la consolidarea cadrului național de protecție a libertății de exprimare, la asigurarea transparenței și pluralismului mediatic și la dezvoltarea unui mediu mediatic funcțional și independent, în concordanță cu standardele europene aplicabile în domeniu.

4. Analiza impactului de reglementare

4.1. Impactul asupra sectorului public

Adoptarea noii Legi privind mass-media va avea implicații directe asupra activității mai multor instituții publice implicate în reglementarea și monitorizarea domeniului media.

Principalele efecte vizează consolidarea capacităților instituționale și adaptarea proceselor administrative la noile cerințe impuse de cadrul normativ modernizat.

În mod particular:

- Ministerul Culturii va exercita atribuții de evidență administrativă prin gestionarea Registrului furnizorilor de servicii mass-media. Registrul va avea caracter voluntar și va funcționa ca un instrument administrativ destinat creșterii transparenței pieței mass-media și facilitării accesului publicului la informații privind structura proprietății și principalele surse de finanțare ale instituțiilor media.

- Consiliul Audiovizualului va continua exercitarea atribuțiilor sale în domeniul serviciilor media audiovizuale, în conformitate cu competențele stabilite prin Codul serviciilor media audiovizuale, asigurând complementaritatea dintre reglementarea specifică sectorului audiovizual și cadrul general instituit prin prezenta lege.

- Consiliul Concurenței va avea atribuții în ceea ce privește dezvoltarea și aplicarea cadrului procedural privind evaluarea concentrărilor pe piața mass-media, inclusiv din perspectiva impactului acestora asupra pluralismului mediatic și independenței editoriale, în limitele competențelor stabilite de legislația în domeniul concurenței.

Implementarea noilor dispoziții poate presupune, totodată, adaptarea anumitor proceduri administrative și organizarea unor activități de instruire pentru personalul instituțiilor implicate, în vederea asigurării aplicării eficiente și uniforme a prevederilor legii. În ansamblu, impactul asupra sectorului public constă în consolidarea atribuțiilor administrative existente și în clarificarea rolurilor instituționale ale autorităților implicate în domeniul mass-media.

4.2. Impactul financiar și argumentarea costurilor estimative

Implementarea noii Legi privind mass-media nu presupune alocarea unor resurse financiare majore suplimentare din bugetul de stat. Atribuțiile și sarcinile administrative vor putea fi îndeplinite de structurile existente ale instituțiilor publice responsabile, fără a genera costuri semnificative adiționale.

În mod concret:

- Registrul public al furnizorilor de servicii mass-media va putea fi gestionat prin utilizarea infrastructurii IT existente în cadrul Ministerului Culturii, fără necesitatea dezvoltării unor platforme sau sisteme informatice noi costisitoare. Direcția de specialitate a ministerului va asigura procesul de gestionare a registrului, actualizare a informațiilor și aplicare a măsurilor administrative prevăzute de lege;

- Eventualele costuri asociate instruirii funcționarilor publici implicați în implementarea și supravegherea noii legislații vor fi minime și vor fi acoperite din bugetele anuale ale instituțiilor implicate, respectiv ale Ministerului Culturii, Consiliului Concurenței și Consiliului Audiovizualului, fără a necesita rectificări bugetare sau majorări de cheltuieli.

Prin urmare, impactul financiar al implementării noii legi este unul redus și sustenabil, iar eforturile necesare pentru aplicarea noilor dispoziții se încadrează în capacitățile instituționale și bugetare actuale.

4.3. Impactul asupra sectorului privat

Proiectul de lege creează un cadru juridic mai previzibil pentru furnizorii de servicii mass-media, prin stabilirea unor reguli clare privind transparența proprietății și a finanțării, precum și prin consolidarea garanțiilor privind independența editorială. Furnizorii de servicii mass-media pot opta pentru înscrierea benevolă în Registrul furnizorilor de servicii mass-media gestionat de Ministerul Culturii. Înscrierea în registru nu constituie o condiție pentru desfășurarea activității mass-media, însă poate avea relevanță în contextul accesării unor mecanisme de sprijin public prevăzute de legislația în vigoare (Fondul pentru subvenționarea mass-mediei).

Totodată, furnizorii de servicii mass-media vor trebui să respecte cerințele de transparență privind structura proprietății și principalele surse de finanțare, precum și principiile privind responsabilitatea editorială. Aceste măsuri au scopul de a crește încrederea publicului în instituțiile media și de a consolida standardele de profesionalism și responsabilitate în activitatea jurnalistică.

Obligațiunea sectorului privat de a furniza și actualiza informațiile referitoare la structura proprietății și principalele surse de finanțare nu necesită efort financiar. Obligațiunea de a elimina imediat conținutul vădit ilegal poate necesita eforturi de implicare a resurselor umane.

4.4. Impactul social

4.4.1. Impactul asupra datelor cu caracter personal

4.4.2. Impactul asupra echității și egalității de gen

4.4. Impactul social

Legea privind mass-media va avea un impact important asupra societății, consolidând rolul mass-mediei ca pilon al democrației și al responsabilității civice. Prin introducerea unor standarde mai clare de transparență și responsabilitate, legea va contribui la consolidarea încrederii publicului în instituțiile media, la dezvoltarea unui spațiu informațional mai rezilient și la sporirea accesului la informații pluraliste și credibile.

Prin instituirea unor reguli clare privind transparența proprietății mass-media și prevenirea concentrării excesive pe piața media, proiectul facilitează accesul publicului la informații pluraliste și contribuie la dezvoltarea unui spațiu mediatic transparent și competitiv.

Totodată, proiectul consolidează protecția activității jurnalistice, inclusiv prin garanții privind independența editorială și protecția confidențialității surselor jurnalistice, în concordanță cu standardele europene relevante.

4.4.1. Impactul asupra datelor cu caracter personal

Proiectul include obligații de transparență care implică prelucrarea și publicarea unor date despre entități și persoane, precum conducerea și proprietarii beneficiari. Implementarea acestor obligații urmează să se realizeze cu respectarea legislației naționale privind protecția datelor cu caracter personal și a garanțiilor privind confidențialitatea, inclusiv protecția surselor jurnalistice, acolo unde este aplică.

4.4.2. Impactul asupra echității și egalității de gen

Legea nu va genera efecte negative asupra echității sau egalității de gen, ci, dimpotrivă, va promova un mediu incluziv în sectorul media. Prin stabilirea unor reguli transparente de funcționare și acces la piața media, legea va facilita participarea echitabilă a tuturor actorilor, indiferent de gen sau alte caracteristici. Aceste reguli vor elimina barierele nejustificate, oferind oportunități egale pentru femei și bărbați de a se implica în activități jurnalistice, de a fonda sau conduce entități media. În plus, promovarea pluralismului și diversității în conținutul mediatic va încuraja reprezentarea echilibrată a diferitelor grupuri sociale, contribuind la combaterea stereotipurilor de gen și la promovarea unei societăți mai incluzive.

4.5. Impactul asupra mediului
Nu este aplicabil.
4.6. Alte impacturi și informații relevante
Nu este aplicabil.
5. Compatibilitatea proiectului actului normativ cu legislația UE
5.1. Măsurile normative necesare pentru transpunerea actelor juridice ale UE în legislația națională
<p>Proiectul Legii privind mass-media este conceput pentru a asigura aproximarea cadrului juridic național la standardele Uniunii Europene în domeniul libertății și pluralismului mass-media, contribuind la realizarea obiectivelor de integrare europeană ale Republicii Moldova, stabilite în Programul Național de aderare la Uniunea Europeană și la consolidarea unui mediu mediatic transparent, responsabil și echitabil.</p> <p>În mod particular, proiectul reflectă principiile stabilite prin Regulamentul (UE) 2024/1083 privind instituirea unui cadru comun pentru serviciile mass-media în cadrul pieței interne (<i>European Media Freedom Act – EMFA</i>), care stabilește standarde europene privind protejarea independenței editoriale, pluralismul mass-media, transparența proprietății media și protecția activității jurnalistice.</p> <p>Apropierea normativă vizează preluarea unor elemente esențiale ale cadrului european, în special în ceea ce privește consolidarea garanțiilor privind independența editorială, protecția jurnaliștilor și prevenirea ingerințelor nejustificate în activitatea mass-mediei, precum și sporirea transparenței privind structura proprietății și principalele surse de finanțare ale furnizorilor de servicii mass-media.</p> <p>În acest sens, proiectul introduce mecanisme menite să consolideze transparența sectorului media, inclusiv instituirea Registrului furnizorilor de servicii mass-media, administrat de Ministerul Culturii, în care furnizorii se pot înscrie în mod benevol, precum și obligații de transparență privind proprietatea și principalele categorii ale surselor de finanțare.</p> <p>Abordarea adoptată urmărește o apropiere proporțională de standardele stabilite prin Regulamentul (UE) 2024/1083, concentrându-se asupra elementelor esențiale ale cadrului european, fără a introduce sarcini administrative excesive sau nejustificate pentru actorii din sectorul media. Această abordare permite adaptarea principiilor europene la specificul cadrului juridic și instituțional al Republicii Moldova.</p> <p>Prin urmare, proiectul de lege contribuie la consolidarea cadrului legislativ național în domeniul mass-mediei și la apropierea acestuia de standardele europene privind libertatea de exprimare, pluralismul mediatic și transparența proprietății mass-media, asigurând totodată un cadru juridic coerent și predictibil pentru dezvoltarea unui sector media independent și pluralist.</p>
5.2. Măsurile normative care urmăresc crearea cadrului juridic intern necesar pentru implementarea legislației UE
<p>Proiectul Legii privind mass-media contribuie la crearea cadrului juridic intern necesar pentru apropierea legislației naționale de standardele Uniunii Europene în domeniul libertății și pluralismului mass-media, reflectând principiile relevante ale Regulamentului (UE) 2024/1083 privind instituirea unui cadru comun pentru serviciile mass-media în cadrul pieței interne (<i>European Media Freedom Act – EMFA</i>).</p> <p>În acest sens, proiectul stabilește elemente instituționale și procedurale menite să asigure aplicarea coerentă a normelor privind transparența proprietății mass-media, responsabilitatea editorială și funcționarea pluralistă a pieței media. Legea instituie, în acest context, Registrul furnizorilor de servicii mass-media, gestionat de Ministerul Culturii, în care furnizorii se pot înscrie în mod benevol, cu scopul de a asigura o evidență administrativă transparentă a entităților active în domeniu și de a facilita accesul publicului la informații privind structura proprietății și principalele surse de finanțare ale instituțiilor media.</p>

Totodată, proiectul de lege contribuie la clarificarea competențelor și responsabilităților autorităților publice implicate în domeniul mass-media, în special ale Ministerului Culturii, Consiliului Audiovizualului și Consiliului Concurenței, fiecare în limitele atribuțiilor stabilite de legislația în vigoare. Această delimitare a competențelor urmărește asigurarea unei coordonări instituționale eficiente și a unei aplicări coerente a cadrului normativ în domeniu.

Prin aceste măsuri, proiectul creează premisele instituționale necesare pentru consolidarea transparenței sectorului media, pentru protejarea independenței editoriale și pentru dezvoltarea unui mediu mediatic pluralist, în concordanță cu standardele europene în domeniul libertății mass-media.

6. Avizarea și consultarea publică a proiectului actului normativ

Secțiunea respectivă va fi completată ulterior rundelor de consultare publică, după înregistrarea proiectului de act normativ.

7. Concluziile expertizelor

Proiectul de lege a fost supus expertizei experților Comisiei Europene pentru Democrație prin Drept (Comisia de la Veneția) și ai Consiliului Europei, opinia juridică fiind adoptată la 16 iunie 2025. Recomandările formulate în cadrul acestei opinii au fost analizate în procesul de revizuire a proiectului de lege și integrate în măsura în care acestea sunt compatibile cu structura cadrului normativ național și cu obiectivele de politică publică urmărite prin proiect.

Principalele recomandări formulate de Comisia de la Veneția și modul de valorificare a acestora în proiectul revizuit sunt sintetizate după cum urmează:

Comisia a recomandat clarificarea principiilor fundamentale care guvernează activitatea mass-media, inclusiv reflectarea explicită a valorilor democratice, a statului de drept și a respectării Constituției. În versiunea revizuită a proiectului au fost consolidate dispozițiile privind principiile activității mass-media și rolul acestora în garantarea pluralismului și a libertății de exprimare (art. 4).

Comisia a recomandat clarificarea și armonizarea definițiilor utilizate în legislația privind mass-media, pentru a evita suprapunerile dintre diferite categorii de servicii media și pentru a reflecta evoluțiile mediului digital. În acest sens, definițiile relevante au fost revizuite și corelate cu terminologia utilizată în legislația existentă, inclusiv cu Codul serviciilor media audiovizuale (art.2).

Comisia a recomandat delimitarea clară a raportului dintre prezenta lege și alte acte normative care reglementează domeniul mass-media, pentru a evita suprapuneri normative și incertitudini juridice. Proiectul precizează relația cu Codul serviciilor media audiovizuale și cu Legea nr. 64/2010 privind libertatea de exprimare, stabilind că prezenta lege instituie cadrul general aplicabil furnizorilor de servicii mass-media, în timp ce reglementările specifice serviciilor media audiovizuale continuă să fie reglementate prin Codul serviciilor media audiovizuale (art. 1, 5 și art. 18).

Comisia a recomandat consolidarea transparenței privind proprietatea și finanțarea instituțiilor mass-media, ca element esențial pentru garantarea pluralismului mediatic. Pentru a răspunde acestei recomandări, proiectul introduce mecanisme de transparență privind proprietatea și finanțarea entităților media și instituie Registrul furnizorilor de servicii mass-media, gestionat de Ministerul Culturii (art. 7 și art. 14).

Comisia a subliniat că procedura de înregistrare a instituțiilor mass-media trebuie să fie previzibilă, lipsită de cerințe excesive și reglementată la nivel de lege, pentru a respecta principiile legalității și securității juridice. În proiectul revizuit sunt stabilite direct în lege elementele esențiale ale procedurii de înscriere în Registrul furnizorilor de servicii mass-media, inclusiv caracterul voluntar al înregistrării, informațiile care trebuie prezentate și condițiile de refuz al înscrierii (art. 7).

Comisia a recomandat clarificarea competențelor autorităților publice responsabile de implementarea și supravegherea aplicării legii, pentru a

asigura previzibilitatea cadrului normativ și respectarea principiilor statului de drept. Proiectul stabilește expres rolul Ministerului Culturii și al Consiliului Audiovizualului în supravegherea aplicării legii și delimitează atribuțiile acestora în domeniile lor de competență (art.16).

Comisia a recomandat consolidarea garanțiilor privind independența editorială și protecția jurnaliștilor, în concordanță cu standardele Consiliului Europei și cu jurisprudența Curții Europene a Drepturilor Omului. În proiectul revizuit au fost consolidate prevederile privind independența editorială și dreptul persoanelor care exercită responsabilitatea editorială de a adopta decizii editoriale în mod liber și independent (art. 3, art. 4 și art. 11).

Comisia a recomandat clarificarea rolului mecanismelor de autoreglementare în sectorul mass-media și delimitarea acestora de atribuțiile autorităților publice. În acest sens, proiectul clarifică statutul și rolul mecanismelor de autoreglementare în domeniul mass-media, inclusiv al Consiliului de Presă.

Comisia a recomandat reglementarea clară a unor proceduri administrative relevante pentru aplicarea legii, astfel încât acestea să fie previzibile și conforme cu principiile statului de drept. În versiunea revizuită a proiectului au fost detaliate elementele esențiale ale mecanismelor administrative privind evidența furnizorilor de servicii mass-media și controlul respectării obligațiilor prevăzute de lege (art. 7, art. 13).

Prin integrarea acestor recomandări, proiectul de lege reflectă standardele Consiliului Europei în domeniul libertății și pluralismului mass-media și contribuie la consolidarea unui cadru juridic coerent, previzibil și compatibil cu principiile europene aplicabile sectorului media.

8. Modul de încorporare a actului în cadrul normativ existent

Proiectul Legii privind mass-media este conceput ca o lege-cadru care stabilește principiile generale aplicabile sectorului mass-media, indiferent de forma tehnologică de distribuție a conținutului media. Reglementarea specifică a serviciilor media audiovizuale rămâne stabilită prin Codul serviciilor media audiovizuale nr. 174/2018, care constituie cadrul normativ special în domeniul audiovizualului. Această abordare permite reglementarea integrată a unor aspecte esențiale ale funcționării sectorului mass-media, precum transparența proprietății și a finanțării furnizorilor de servicii mass-media, protecția activității jurnalistice și consolidarea pluralismului mediatic, în concordanță cu principiile relevante ale Regulamentului (UE) 2024/1083 privind instituirea unui cadru comun pentru serviciile mass-media în cadrul pieței interne (*European Media Freedom Act – EMFA*).

În vederea modernizării cadrului legislativ aplicabil sectorului mass-media, proiectul prevede abrogarea Legii presei nr. 243-XIII din 26 octombrie 1994, act normativ adoptat într-un context mediatic diferit, care nu mai reflectă evoluțiile recente ale ecosistemului informațional, în special dezvoltarea serviciilor mass-media online și convergența dintre diferitele forme de distribuție a conținutului media. Abrogarea acestei legi permite eliminarea unor reglementări depășite și instituirea unui cadru juridic actualizat, adaptat evoluțiilor contemporane ale pieței mass-media.

În afara acestei abrogări, proiectul nu modifică în mod direct alte acte normative în vigoare, contribuind astfel la menținerea stabilității cadrului juridic existent.

Totodată, proiectul este corelat cu legislația relevantă din domeniu, în special cu Codul serviciilor media audiovizuale nr. 174/2018 și cu Legea nr. 64/2010 privind libertatea de exprimare, în vederea asigurării coerenței și complementarității reglementărilor aplicabile sectorului mass-media. În timp ce prezenta lege stabilește cadrul juridic general aplicabil furnizorilor de servicii mass-media non-audiovizuale, Codul serviciilor media audiovizuale continuă să reglementeze în mod specific serviciile media audiovizuale.

Prin această abordare, proiectul contribuie la instituirea unui cadru juridic coerent, previzibil și adaptat evoluțiilor actuale ale sectorului mass-media, favorizând dezvoltarea unui mediu mediatic independent, pluralist și transparent.

9. Măsurile necesare pentru implementarea prevederilor proiectului actului normativ

Pentru asigurarea implementării eficiente a prevederilor proiectului de lege sunt prevăzute măsuri administrative menite să faciliteze aplicarea cadrului normativ instituit, fără a genera costuri bugetare semnificative. Implementarea legii se bazează pe delimitarea clară a responsabilităților între autoritățile publice competente și pe utilizarea resurselor instituționale existente, astfel încât obiectivele reglementării să fie realizate într-un mod eficient și sustenabil.

Ministerul Culturii exercită atribuțiile administrative prevăzute de prezenta lege privind instituirea, administrarea și menținerea Registrului furnizorilor de servicii mass-media. Registrul va avea caracter benevol și va funcționa ca o evidență administrativă a furnizorilor de servicii mass-media, menită să asigure transparența privind entitățile active în domeniul mass-media, inclusiv în ceea ce privește structura proprietății și principalele categorii ale surselor de finanțare. Înscrierea în Registrul furnizorilor de servicii mass-media nu constituie o condiție pentru exercitarea activității mass-media și nu are caracter de autorizare sau licențiere. În acest scop, Ministerul Culturii va elabora și aplica procedurile administrative necesare pentru înscrierea benevolă a furnizorilor de servicii mass-media în registru, actualizarea informațiilor relevante și asigurarea accesului public la datele de interes. Publicarea și gestionarea informațiilor vor fi realizate cu respectarea legislației naționale privind protecția datelor cu caracter personal.

Consiliul Audiovizualului își exercită atribuțiile în conformitate cu competențele stabilite de Codul serviciilor media audiovizuale nr. 174/2018, inclusiv în ceea ce privește monitorizarea respectării normelor aplicabile serviciilor media audiovizuale și serviciilor media audiovizuale la cerere. Cooperarea instituțională dintre autoritățile competente contribuie la asigurarea unei aplicări coerente a cadrului normativ în domeniul mass-mediei.

Totodată, pentru asigurarea implementării coerente a cadrului normativ instituit prin prezenta lege, autoritățile competente pot examina necesitatea ajustării cadrului normativ conex, după caz, inclusiv a unor dispoziții din Codul penal al Republicii Moldova, Codul contravențional și alte acte normative relevante, în vederea asigurării coerenței și aplicării eficiente a reglementărilor în domeniul mass-mediei. În acest context, poate fi analizată oportunitatea ajustării unor reglementări relevante, inclusiv în domeniul concurenței, în special în ceea ce privește evaluarea concentrărilor pe piața mass-media.

De asemenea, pot fi necesare ajustări ale unor acte normative secundare și ale procedurilor administrative aplicabile autorităților competente, în vederea asigurării coerenței cadrului juridic și a implementării eficiente a noilor prevederi.

Punerea în aplicare a prevederilor legii nu implică costuri bugetare majore, întrucât mecanismele instituționale prevăzute se bazează în principal pe resursele financiare și umane existente în cadrul autorităților publice competente. Această abordare permite implementarea prevederilor legii fără necesitatea unor alocări bugetare suplimentare semnificative, valorificând infrastructura administrativă deja existentă.

Totodată, prezenta lege nu instituie mecanisme de control asupra conținutului editorial și nu aduce atingere independenței editoriale a furnizorilor de servicii mass-media, garantată de Constituția Republicii Moldova și de standardele europene în materia libertății de exprimare.

Deputat



Liliana Nicolaescu-Onofrei

TABEL DE CONCORDANȚĂ

1	Titlul actului UE, inclusiv cea mai recentă modificare, nr. CELEX Regulamentul (UE) 2024/1083 al Parlamentului European și al Consiliului din 11 aprilie 2024 de stabilire a unui cadru comun pentru serviciile mass-media în cadrul pieței interne și de modificare a Directivei 2010/13/UE (Regulamentul european privind libertatea mass-mediei), publicat în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene L 2024/1083 din 17 aprilie 2024. CELEX 32024R1083		
2	Titlul proiectului de act normativ național Proiectul de lege privind mass-media		
3	Gradul general de compatibilitate Parțial compatibil.		
4	Autoritatea/persoana responsabilă		
5	Data întocmirii/actualizării 16.04.2026		
	6. Actul Uniunii Europene	7. Proiectul de act normativ național	8. Gradul de compatibilitate
<p><i>Articolul 1</i> Obiectul și domeniul de aplicare (1) Prezentul regulament stabilește norme comune pentru buna funcționare a pieței interne a serviciilor mass-media și instituie un Comitet european pentru servicii mass-media, protejând totodată independența și pluralismul serviciilor mass-media. (2) Prezentul regulament nu aduce atingere normelor prevăzute în: (a) Directiva 2000/31/CE; (b) Directiva (UE) 2019/790 a Parlamentului European și a Consiliului ⁽²³⁾; (c) Regulamentul (UE) 2019/1150; (d) Regulamentul (UE) 2022/2065; (e) Regulamentul (UE) 2022/1925; (f) Regulamentul (UE) 2024/900 al Parlamentului European și al Consiliului ⁽²⁴⁾; (g) Regulamentul (UE) 2016/679 al Parlamentului European și al Consiliului ⁽²⁵⁾. (3) Prezentul regulament nu aduce atingere posibilității statelor membre de a adopta norme mai detaliate sau mai stricte în domeniile reglementate de capitolul II, de capitolul III secțiunea 5 și de articolul 25, cu condiția ca normele respective să asigure un nivel mai ridicat de protecție a pluralismului mass-mediei sau a independenței editoriale în conformitate cu prezentul regulament și să respecte dreptul Uniunii.</p>	<p>Proiectul de lege privind mass-media Articolul 1. Scopul și obiectul de reglementare a legii (1) Prezenta lege stabilește cadrul juridic general privind funcționarea furnizorilor de servicii mass-media, instituie măsuri complementare pentru garantarea libertății de exprimare, protecția pluralismului mediatic, protecția, autonomia și siguranța jurnaliștilor, asigurarea autonomiei instituționale și a independenței editoriale, incluzând cerințe privind transparența structurii proprietății și responsabilitățile furnizorilor de servicii mass-media. (2) Garanțiile privind exercitarea dreptului la libera exprimare, asigurarea echilibrului între dreptul la libera exprimare și apărarea onoarei, demnității, reputației profesionale și vieții private și de familie ale persoanei sunt reglementate de Legea nr.64/2010 cu privire la libertatea de exprimare. (3) Prezenta lege se aplică furnizorilor de servicii mass-media care își au sediul principal, redacția sau reședința permanentă pe teritoriul Republicii Moldova sau îndeplinesc cumulativ următoarele condiții în cazul în care sediul principal și redacția nu se află pe teritoriul aceluiași stat: a) partea majoritară a angajaților implicați în furnizarea serviciilor mass-media își desfășoară activitatea în Republica Moldova; b) deciziile editoriale privind serviciile mass-media sunt luate pe teritoriul Republicii Moldova. (4) Prezenta lege nu se aplică aspectelor reglementate în mod expres de Codul serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova, nr.174/2018. În cazul în care unele aspecte sunt reglementate concomitent de prezenta lege și de Codul serviciilor media audiovizuale, se vor aplica</p>	Compatibil	9. Observații

	<p>dispozițiile Codului, cu excepția situațiilor în care prezenta lege stabilește garanții sau reguli generale aplicabile tuturor formelor de mass-media.</p> <p>(5) Dispozițiile prezentei legi referitoare la dezvăluirea conflictelor de interese, interzicerea instigării la discriminare, violență, război, ură și intoleranță, precum și reglementările privind protecția copiilor, comentariile și comunicările comerciale se aplică tuturor formelor de comunicare care reprezintă servicii mass-media.</p> <p>(6) Prezenta lege se aplică formelor de comunicare care întrunesc condițiile și criteriile stabilite pentru serviciile mass-media și nu se aplică comunicărilor private.</p>		
<p>Articolul 2 Definiții În sensul prezentului regulament, se aplică următoarele definiții:</p> <p>1. „serviciu mass-media” înseamnă un serviciu, astfel cum este definit la articolele 56 și 57 din TFUE, scopul principal al serviciului respectiv sau al unei secțiuni dissociabile a acestuia fiind furnizarea de programe sau publicații de presă, sub responsabilitatea editorială a unui furnizor de servicii mass-media, către publicul larg, prin orice mijloace, în scop informativ, de divertisment sau educativ;</p>	<p>Proiectul de lege privind mass-media Articolul 2. Noțiuni principale În sensul prezentei legi, termenii și expresiile de mai jos au următoarele semnificații:</p> <p><i>serviciu mass-media</i> – serviciu sau secțiune dissociabilă a acestuia, scopul principal al căruia fiind furnizarea de programe sau publicații de presă, sub responsabilitatea editorială a unui furnizor de servicii mass-media, către publicul larg, prin orice mijloace, în scop informativ, de divertisment sau educativ. În funcție de criteriul de clasificare, serviciile mass-media pot fi publice sau private; tipărite, audiovizuale, online sau mixte; locale, regionale, naționale sau internaționale, de știri, generaliste sau tematice (de nișă).</p>	Compatibil	
<p>2. „furnizor de servicii mass-media” înseamnă o persoană fizică sau juridică a cărei activitate profesională constă în furnizarea unui serviciu mass-media, care are responsabilitate editorială pentru alegerea conținutului serviciului mass-media și care stabilește modul de organizare a acestuia;</p>	<p><i>furnizor de servicii mass-media</i> - persoană fizică sau juridică a cărei activitate profesională constă în furnizarea unui serviciu mass-media, care are responsabilitate editorială pentru alegerea conținutului serviciului mass-media și care stabilește modul de organizare a acestuia;</p>	Compatibil	

<p>3. „furnizor de servicii publice mass-media” înseamnă un furnizor de servicii mass-media căruia i se încredințează o misiune de serviciu public în temeiul dreptului intern și care primește finanțare publică națională pentru îndeplinirea unei astfel de misiuni;</p>	<p>Art. 31 al <u>Codului serviciilor media audiovizuale nr. 174/2018 (CSMA)</u>: (1) Furnizorii publici de servicii media se află în serviciul publicului, funcționează din contribuția publicului, sunt supuși controlului public și au misiunea să realizeze în practică următoarele principii: a) asigurarea accesului universal al populației la o diversitate de servicii media audiovizuale generaliste și tematice, liniare și neliniare, furnizate inclusiv prin intermediul noilor platforme de comunicare, care să satisfacă necesitățile informaționale, educaționale și recreative ale tuturor grupurilor sociale de utilizatori; b) promovarea, prin politica editorială, a coeziunii sociale la nivel local, regional, național și internațional, precum și încurajarea sentimentului de responsabilitate comună a populației pentru realizarea acestui principiu; c) promovarea pluralismului audiovizual; d) informarea corectă, obiectivă, complexă și imparțială prin programe audiovizuale inovatoare și variate, care respectă standardele etice și de înaltă calitate; e) promovarea dezbaterilor publice pluraliste și încurajarea unei participări democratice largi a publicului; f) promovarea diversității patrimoniului cultural național, european și internațional; g) asigurarea independenței editoriale și a autonomiei instituționale față de autoritățile și instituțiile publice, de partidele politice și grupurile de interese; h) asumarea responsabilității față de public.</p>	<p>Compatibil</p>	
<p>4. „program” înseamnă o serie de imagini în mișcare sau sunete care constituie un element distinct, indiferent de lungimea acestuia, în cadrul unei grile sau al unui catalog realizat de un furnizor de servicii mass-media;</p>	<p>Art. 1 al <u>Codului serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova nr. 174/2018</u>: <i>Program audiovizual</i> – serie de imagini în mișcare, însoțite sau nu de sunet, sau serie de sunete, care constituie un element distinct, indiferent de lungimea acestuia, în cadrul unei grile, în cazul unui serviciu media audiovizual liniar, sau al unui catalog, în cazul unui serviciu media audiovizual neliniar;</p>	<p>Compatibil</p>	

<p>5. „publicație de presă” înseamnă publicație de presă în sensul definiției de la articolul 2 punctul 4 din Directiva (UE) 2019/790;</p>	<p>Proiectul de lege privind mass-media Articolul 6. Publicațiile de presă (1) Publicațiile de presă sunt o colecție alcătuită din opere literare cu caracter jurnalistic, dar care poate include și alte opere sau alte obiecte protejate, și pot fi tipărite și/sau online, publicate sau actualizate periodic, ale căror conținut media este diseminat către public, inclusiv prin intermediul internetului, și întrunește cumulativ următoarele elemente: a) constituie un element individual în cadrul unei publicații periodice sau publicații actualizate regulat sub un singur titlu, cum ar fi un ziar sau o revistă de interes general ori de specialitate; b) are scopul de a oferi publicului larg informații, analize sau opinii legate de actualitate sau alte subiecte de interes public sau de interes general, inclusiv conținut cultural, educațional, științific, social sau de divertisment, fără a fi limitată doar la știri; c) este publicată prin orice mijloc de comunicare (tipărit sau online), la inițiativa, sub responsabilitatea editorială și supravegherea unei persoane fizice sau juridice în calitate de furnizor de servicii mass-media care își asumă răspunderea pentru conținutul media publicat. (2) Nu constituie publicații de presă, în sensul prezentei legi, materialele sau publicațiile cu caracter exclusiv publicitar ori promoțional, care nu au scop principal informarea publicului, sau publicațiile periodice care sunt publicate în scop științific sau academic, cum ar fi revistele științifice.</p>	<p>Compatibil</p>	
<p>6. „serviciu mass-media audiovizual” înseamnă serviciu mass-media audiovizual în sensul definiției de la articolul 1 alineatul (1) litera (a) din Directiva 2010/13/UE;</p>	<p><u>Art. 1 al Codului serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova nr. 174/2018:</u> Serviciu media audiovizual – serviciu, aflat sub responsabilitatea editorială a unui furnizor de servicii media, al cărui scop principal sau al unei secțiuni dissociabile a acestuia constă în furnizarea către publicul larg de programe audiovizuale, de televiziune sau de radiodifuziune sonoră, lineare sau neliniare, prin rețelele de comunicații electronice, în scop informativ, de divertisment, educativ sau al difuzării unei comunicări comerciale audiovizuale;</p>	<p>Compatibil</p>	
<p>7. „decizie editorială” înseamnă o decizie care este luată în mod periodic în scopul exercitării responsabilității editoriale și în legătură cu funcționarea zilnică a unui furnizor de servicii mass-media;</p>	<p><i>decizie editorială</i> - acțiunea sau hotărârea luată în mod periodic de editorul mass-media, în exercitarea responsabilității editoriale, cu privire la selecția, organizarea, clasificarea și prezentarea conținutului media destinat diseminării publice. Decizia editorială se referă la operațiuni</p>	<p>Compatibil</p>	

<p>8. „responsabilitate editorială” înseamnă exercitarea unui control efectiv asupra selecționării programelor sau a publicațiilor de presă și asupra organizării acestora, în scopul furnizării unui serviciu mass-media, indiferent dacă există o răspundere sau nu în conformitate cu dreptul intern pentru serviciul furnizat;</p>	<p>zilnice și urmărește respectarea cadrului legal, politicilor editoriale declarate, precum și a normelor deontologice aplicabile;</p> <p><i>responsabilitate editorială</i> – exercitarea unui control efectiv și aplicarea unor proceduri stricte de supraveghere asupra procesului de selecție, organizare și clasificare a conținutului media și a produsului media furnizate sau difuzate de furnizorul de servicii mass-media. Responsabilitatea editorială include și verificarea continuă a conținutului media generat cu utilizarea instrumentelor de inteligență artificială utilizate pentru adaptarea și generarea automată de conținut relevant pentru diverse audiențe, în conformitate cu politicile editoriale și standardele etice și profesionale;</p>	<p>Compatibil</p>	
<p>9. „platformă online” înseamnă platformă online în sensul definiției de la articolul 3 litera (i) din Regulamentul (UE) 2022/2065;</p>	<p><i>platformă online</i> - serviciu de găzduire care, la cererea unui destinatar al serviciului, stochează și diseminează informații către public, cu excepția cazului în care activitatea respectivă este o caracteristică minoră și pur auxiliară a unui alt serviciu sau o funcție minoră a serviciului principal și, din motive obiective și tehnice, nu poate fi utilizată fără celălalt serviciu, iar integrarea caracteristicii sau a funcției în celălalt serviciu nu este un mijloc de a eluda aplicarea prezentei legi;</p>	<p>Compatibil</p>	
<p>10. „furnizor al unei platforme online foarte mari” înseamnă un furnizor al unei platforme online care a fost desemnată drept platformă online foarte mare în temeiul articolului 33 alineatul (4) din Regulamentul (UE) 2022/2065;</p>		<p>Prevederi UE netranspuse</p>	
<p>11. „serviciu de platformă de partajare a materialelor video” înseamnă serviciu de platformă de partajare a materialelor video în sensul definiției de la articolul 1 alineatul (1) litera (aa) din Directiva 2010/13/UE;</p>	<p>Art. 1 al <u>Codului serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova nr. 174/2018</u>; <i>Serviciu de platformă de partajare a materialelor video</i> – serviciu al cărui scop principal sau al unei secțiuni dissociabile a acestuia ori a cărui funcționalitate esențială constă în furnizarea către publicul larg de programe audiovizuale și/sau de materiale video generate de utilizatori, prin rețelele de comunicații electronice, în scop informativ, de divertisment</p>	<p>Compatibil</p>	

<p>12. „furnizor de platformă de partajare a materialelor video” înseamnă furnizor de platformă de partajare a materialelor video în sensul definiției de la articolul 1 alineatul (1) litera (da) din Directiva 2010/13/UE;</p> <p>13. „autoritate sau organism național de reglementare” înseamnă orice autoritate sau organism desemnat de un stat membru în temeiul articolului 30 din Directiva 2010/13/UE;</p> <p>14. „interfață cu utilizatorul” înseamnă un serviciu care controlează sau gestionează accesul la servicii mass-media care furnizează programe și utilizarea acestora și</p>	<p>sau educativ, pentru care furnizorul platformei de partajare a materialelor video nu exercită responsabilitate editorială și a căror organizare este stabilită de către furnizorul platformei de partajare a materialelor video, inclusiv prin mijloace automatizate sau prin algoritmi, în special prin afișare, marcare și secvenționare;</p> <p>Art. 1 al <u>Codului serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova nr. 174/2018</u>: Furnizor de platformă de partajare a materialelor video – persoană fizică sau juridică, care oferă un serviciu de platformă de partajare a materialelor video;”)</p> <p>Art. 75, alin. (4) lit. f) și art. 85 al Codului serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova nr. 174/2018: Articolul 75. Atribuțiile Consiliului Audiovizualului (4) Consiliul Audiovizualului: f) cooperează cu alte autorități publice și instituții competente din Republica Moldova în vederea aplicării legislației din domeniul audiovizualului;</p> <p>Articolul 85. Cooperarea cu alte autorități publice (1) În vederea exercitării atribuțiilor, Consiliul Audiovizualului cooperează cu autoritățile publice din Republica Moldova. (2) Procedura și condițiile de cooperare cu autoritățile publice sînt stabilite prin acorduri de cooperare, care sînt publicate pe paginile web oficiale ale părților contractante. (3) - abrogat. (4) - abrogat. (5) - abrogat. (6) - abrogat. (7) - abrogat. (8) Consiliul Audiovizualului, în raportul anual de activitate, reflectă rezultatele cooperării cu alte autorități publice.</p>	<p>Compatibil</p> <p>Compatibil</p> <p>Prevederi UE netranspuse</p>	
---	---	---	--

<p>care le permite utilizatorilor să aleagă serviciile sau conținutul mass-media;</p> <p>15. „concentrare a pieței mass-mediei” înseamnă o concentrare în sensul definiției de la articolul 3 din Regulamentul (CE) nr. 139/2004 care implică cel puțin un furnizor de servicii mass-media sau un furnizor al unei platforme online care oferă acces la conținut mediatic;</p> <p>16. „măsurarea audienței” înseamnă activitatea de colectare, interpretare sau prelucrare în alt mod a datelor privind numărul și caracteristicile utilizatorilor de servicii mass-media sau ale utilizatorilor de conținut pe platformele online în scopul adoptării deciziilor privind alocarea, prețurile, achizițiile sau vânzările de publicitate sau privind activitățile de planificare a conținutului sau distribuția de conținut;</p> <p>17. „măsurarea privată a audienței” înseamnă măsurarea audienței care nu respectă standardele sectoriale și cele mai bune practici convenite prin mecanisme de autoreglementare;</p>	<p><i>concentrare a pieței mass-media</i> – situația, în sensul Legii concurenței nr. 183/2012, în care una sau mai multe persoane fizice și/sau juridice dobândesc ori exercită, direct sau indirect, control sau influență determinantă asupra unuia sau mai multor furnizori de servicii mass-media, într-un mod care poate afecta pluralismul mass-media, favoriza practicile anticoncurențiale precum și concurența loială pe piața mass-media. Aceasta include controlul direct sau indirect asupra proprietății, deciziilor editoriale, resurselor financiare, distribuției sau comercializării publicității în sectorul mass-media;</p> <p><i>măsurarea audienței</i> - activitatea de colectare, interpretare sau prelucrare în alt mod a datelor privind numărul și caracteristicile utilizatorilor de servicii mass-media sau ale utilizatorilor de conținut pe platformele online în scopul adoptării deciziilor privind alocarea, prețurile, achizițiile sau vânzările de publicitate sau privind activitățile de planificare a conținutului sau distribuția de conținut;</p> <p><u>Art. 1 al Codului serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova nr. 174/2018:</u> <i>măsurarea audienței</i> – activitate de colectare, de interpretare sau de prelucrare în alt mod a datelor privind numărul și caracteristicile utilizatorilor de servicii media audiovizuale sau ale utilizatorilor de conținut de pe platformele online, desfășurată în scopul luării deciziilor privind alocarea timpului, stabilirea prețurilor, achiziționarea ori vânzarea de publicitate sau privind activitățile de planificare a conținutului ori de distribuire de conținut</p> <p><i>măsurarea privată a audienței</i> - măsurarea audienței care nu respectă standardele sectoriale și cele mai bune practici convenite prin mecanisme de autoreglementare;</p>	<p>Compatibil</p> <p>Compatibil</p> <p>Compatibil</p>	
---	---	---	--

<p>18. „autoritate sau entitate publică” înseamnă un guvern național sau subnațional, o autoritate sau un organism de reglementare sau o entitate controlată, direct sau indirect, de un guvern național sau subnațional;</p>	<p>Art. 3 al <u>Legii nr. 62/2022 cu privire la publicitate</u>: „entitate din sectorul public: a) orice autoritate publică, inclusiv din unitatea teritorială autonomă cu statut special; b) orice instituție publică, întreprindere de stat sau municipală, societate comercială cu capital public integral sau parțial public sau persoană juridică de drept privat, în măsura în care acestea desfășoară activități finanțate direct din bugetul de stat și/sau din bugetul local și urmăresc un obiectiv de interes public”.</p>	<p>Compatibil</p>	
<p>19. „publicitate de stat” înseamnă plasarea, promovarea, publicarea sau difuzarea, în orice serviciu mass media sau platformă online, a unui mesaj promoțional sau autopromoțional, sau a unui anunț public sau campanii de informare, în mod normal în schimbul unei plăți sau al unei retribuții, de către, pentru sau în numele unei autorități sau entități publice;</p>	<p>Art. 3 al <u>Legii nr. 62/2022 cu privire la publicitate</u>: „publicitate de stat – plasare, promovare, publicare sau difuzare, în orice serviciu mass-media sau platformă online, a unui mesaj promoțional sau autopromoțional ori a unui anunț public sau campanii de informare, în mod normal în schimbul unei plăți sau al unei retribuții de către, pentru sau în numele unei entități din sectorul public”.</p>	<p>Compatibil</p>	
<p>20. „software de supraveghere intruziv” înseamnă orice produs cu elemente digitale special conceput pentru exploatarea vulnerabilităților altor produse cu elemente digitale, care permite supravegherea sub acoperire a persoanelor fizice sau juridice prin monitorizarea, extragerea, colectarea sau analiza datelor din astfel de produse sau de la persoanele fizice sau juridice care utilizează astfel de produse, inclusiv în mod nediferențiat;</p>	<p>software de supraveghere intruziv - program spion (spyware) sau orice produs cu elemente digitale special conceput pentru exploatarea vulnerabilităților altor produse cu elemente digitale, care permite supravegherea sub acoperire a persoanelor fizice sau juridice prin monitorizarea, extragerea, colectarea sau analiza datelor din astfel de produse sau de la persoanele fizice sau juridice care utilizează astfel de produse, în special prin înregistrarea în secret a apelurilor sau prin utilizarea în alt mod a microfonului unui dispozitiv al utilizatorului final, filmarea persoanelor fizice, a mașinilor sau a împrejurimilor acestora, copierea mesajelor, fotografierea, urmărirea activității de navigare, urmărirea geo localizării, colectarea altor date senzoriale sau urmărirea activităților prin intermediul mai multor dispozitive ale utilizatorilor finali, fără ca persoana fizică sau juridică în cauză să fie informată în mod specific și fără să își fi dat în mod expres consimțământul specific în acest sens;</p>	<p>Compatibil</p>	
<p>21. „educația în domeniul mass-mediei” înseamnă competențele, cunoștințele și înțelegerea care permit cetățenilor să folosească mass-media în mod eficace și sigur și care nu se limitează la cunoașterea</p>	<p>educația în domeniul mass-mediei - ansamblul competențelor, cunoștințelor și abilităților care permit cetățenilor să utilizeze mass-media într-un mod eficient, sigur</p>	<p>Compatibil</p>	

<p>instrumentelor și a tehnologiilor, ci au ca scop înzestrarea cetățenilor cu capacitățile de gândire critică necesare pentru a-și folosi discernământul, pentru a analiza realități complexe și pentru a recunoaște diferența dintre opinii și fapte.</p>	<p>și responsabil. Aceasta depășește simpla familiarizare cu instrumentele și tehnologiile, având ca obiectiv dezvoltarea gândirii critice necesare pentru a analiza și interpreta realități complexe, a discerne între opinii și fapte și a recunoaște eventualele manipulări sau dezinformări;</p>		
<p><i>Articolul 3</i> Dreptul destinatarilor serviciilor mass-media Statele membre respectă dreptul destinatarilor serviciilor mass-media de a avea acces la o pluralitate de conținuturi mediatică independente din punct de vedere editorial și se asigură că sunt instituite condiții-cadru în conformitate cu prezentul regulament pentru a proteja acest drept, în beneficiul unui discurs liber și democratic.</p>	<p>Proiectul de lege privind mass-media <i>Articolul 4. Pluralismul mediatic</i> (1) Pluralismul mediatic reprezintă un principiu fundamental al activității mass-media și contribuie la consolidarea statului de drept, a democrației pluraliste, la respectarea valorilor constituționale ale Republicii Moldova. Pluralismul mediatic include: a) asigurarea pluralității surselor de informații și a furnizorilor mass-media, precum și diversitatea conținutului media și a produsului media; b) garantarea accesului cetățenilor, inclusiv al minorităților naționale, al comunităților locale, al persoanelor cu dizabilități și al altor grupuri sociale vulnerabile, la informații și conținuturi media relevante în limbile și prin utilizarea tehnologiilor accesibile acestora; c) promovarea jurnalismului independent, etic și responsabil, bazat pe respectarea principiilor deontologice și a standardelor profesionale; d) reflectarea diversității opiniilor, convingerilor politice, culturale și sociale, precum și susținerea creativității culturale și artistice în mass-media; e) facilitarea accesului publicului la conținut media pluralist, independent și diversificat, ca fundament al democrației, al statului de drept și al participării civice active; f) susținerea educației în domeniul mass-media și alfabetizarea informațională pentru dezvoltarea capacităților critice și responsabilității consumatorilor/utilizatorilor de servicii mass-media; g) asigurarea transparenței proprietății mass-media și a surselor de finanțare pentru prevenirea influențelor ascunse asupra conținutului editorial și pentru protecția pluralismului. (2) Statul asigură respectarea pluralismului mediatic prin: a) elaborarea, promovarea și actualizarea unui cadru legislativ care să prevină concentrarea proprietății în domeniul mass-media și să stimuleze competiția loială între furnizorii de servicii mass-media; b) încurajarea producției de conținut media local, regional, cultural și în limbile minorităților naționale; c) finanțarea și sprijinirea inițiativelor care contribuie la diversitatea mediatică, în condițiile stabilite de cadrul normativ;</p>	<p>Compatibil</p>	

	<p>d) realizarea de studii și rapoarte periodice privind starea pluralismului mediatic și accesibilitatea informațiilor pentru diferite grupuri sociale;</p> <p>e) promovarea transparenței proprietății mass-media, prin reglementarea publicării informațiilor despre proprietarii/beneficiari și finanțările furnizorilor de servicii mass-media;</p> <p>f) stimularea educației în domeniul mass-media și promovarea alfabetizării media în rândul populației pentru a încuraja gândirea critică față de sursele de informație;</p> <p>g) protejarea jurnalismului independent, etic și responsabil și susținerea inițiativelor mass-media care promovează bunele practici deontologice, transparența și responsabilitatea editorială;</p> <p>h) asigurarea protecției surselor de informare a jurnaliștilor, în conformitate cu Legea nr.64/2010 cu privire la libertatea de exprimare;</p> <p>i) asigurarea protecției și siguranței jurnaliștilor, în special în timpul acțiunilor de război, a conflictelor, protestelor și demonstrațiilor de orice natură.</p> <p>(3) Statul poate finanța proiecte în domeniul mass-media de la bugetul public prin mecanisme de sprijin public, inclusiv prin Fondul de subvenționare a mass-mediei sau prin publicitate de stat în condițiile cadrului normativ și cu respectarea principiilor transparenței, proporționalității, nediscriminării și neutralității editoriale.</p> <p>(4) Finanțarea din bugetul public are drept scop încurajarea pluralismului mediatic, dezvoltarea instituțională, cât și, în special, producerea și publicarea de conținuturi media relevante</p> <p>(5) Publicitatea de stat este reglementată de Legea publicității nr.62/2022.</p>		
<p>Articolul 4 Drepturile furnizorilor de servicii mass-media (1) Furnizorii de servicii mass-media au dreptul de a-și exercita activitățile economice pe piața internă fără alte restricții decât cele permise în temeiul dreptului Uniunii. (2) Statele membre respectă libertatea editorială efectivă și independența furnizorilor de servicii mass-media în exercitarea activităților lor profesionale. Statele membre, inclusiv autoritățile și organismele naționale de reglementare ale acestora nu intervin și nu încearcă să influențeze politicile și deciziile editoriale ale furnizorilor de servicii mass-media.</p>	<p>Proiectul de lege privind mass-media Articolul 8. Drepturile furnizorilor de servicii mass-media (1) Furnizorii de servicii mass-media au dreptul de a-și exercita activitatea profesională în mod liber și independent, cu respectarea prevederilor legii. (2) Statul respectă, protejează și garantează libertatea și independența editorială a furnizorilor de servicii mass-media. (3) Statul, autoritățile publice și autoritățile naționale de reglementare competente nu pot: a) interveni sau încerca să influențeze în orice mod, direct sau indirect, politicile și deciziile editoriale ale furnizorilor de servicii mass-media; b) reține, sancționa, intercepta, supune acțiunilor de supraveghere sau percheziție, punere sub sechestru sau</p>	<p>Compatibil</p>	

(3) Statele membre se asigură că sursele jurnalistice și comunicările confidențiale sunt protejate în mod efectiv. Statele membre nu iau niciuna dintre următoarele măsuri:

(a) să oblige furnizorii de servicii mass-media sau personalul lor editorial să divulge informații legate de surse jurnalistice sau de comunicări confidențiale sau care ar putea să le identifice sau să oblige orice persoane care, din cauza relației lor obișnuite sau profesionale cu un furnizor de servicii mass-media sau cu personalul editorial al acestuia, ar putea deține astfel de informații, să le divulge;

(b) să rețină, să sancționeze, să intercepteze sau să cerceteze furnizorii de servicii mass-media ori personalul editorial al acestora sau să îi supună pe aceștia sau sediile lor comerciale sau private supravegherii sau percheziției și punerii sub sechestru, pentru a obține informații legate de surse jurnalistice sau de comunicări confidențiale sau care ar putea să le identifice, sau să rețină, să sancționeze, să intercepteze sau să cerceteze orice persoane care, din cauza relației lor obișnuite sau profesionale cu un furnizor de servicii mass-media sau cu personalul editorial al acestuia, ar putea deține astfel de informații sau să le supună pe acestea sau sediile comerciale sau private ale acestora supravegherii sau percheziției și punerii sub sechestru, pentru a obține astfel de informații;

(c) să instaleze un software de supraveghere intruziv, pe orice material, dispozitiv digital, mașină sau instrument utilizat de furnizorii de servicii mass-media, de personalul editorial al acestora sau de orice persoane care, din cauza relației lor obișnuite sau profesionale cu un furnizor de servicii mass-media sau cu personalul editorial al acestuia, ar putea deține informații legate de sursele jurnalistice sau de comunicările confidențiale sau capabile să le identifice.

(4) Prin derogare de la alineatul (3) literele (a) și (b) de la prezentul articol, statele membre pot lua una dintre măsurile menționate la alineatul respectiv, cu condiția ca aceasta:

(a) să fie prevăzută de dreptul Uniunii sau de dreptul intern;

(b) să respecte articolul 52 alineatul (1) din Cartă și alte acte legislative ale Uniunii;

(c) să fie justificată de la caz la caz de un motiv imperativ de interes public și să fie proporțională; și

(d) să facă obiectul unei autorizări prealabile din partea unei autorități judiciare sau a unei autorități

cerceta furnizorii de servicii mass-media, orice persoane care, din cauza relației lor obișnuite sau profesionale cu un furnizor de servicii mass-media sau cu personalul editorial al acestuia, ar putea deține informații privind sursele jurnaliștilor, ori sediile comerciale și private ale acestora exclusiv pentru motivul refuzului de a divulga informații privind sursele jurnaliștilor, cu excepțiile prevăzute de Legea nr. 64/2010 cu privire la libertatea de exprimare.

c) instala sau utilizeze software de supraveghere intruziv asupra dispozitivelor sau echipamentelor utilizate de furnizorii de servicii mass-media, de personalul editorial al acestora sau de orice alte persoane care, din cauza relației lor obișnuite sau profesionale cu un furnizor de servicii mass-media ori cu personalul editorial al acestuia, ar putea deține informații legate de sursele jurnalistice sau de comunicările confidențiale ori capabile să le identifice, cu excepția situațiilor strict excepționale în care instalarea este prevăzută de lege, justificată de motive imperative de securitate națională și realizată în conformitate cu prezenta lege, fiind necesară și proporțională într-o societate democratică, autorizată în prealabil de instanța de judecată și aplicată numai în cazul în care alte măsuri mai puțin intruzive, inclusiv cele prevăzute la lit. (b), sunt insuficiente pentru obținerea informațiilor solicitate, absolut necesare, sau atunci când instalarea se efectuează în cadrul urmăririi penale privind infracțiuni deosebit de grave ori excepțional de grave săvârșite de una dintre persoanele menționate anterior, în condițiile prevăzute de lege.

(4) Orice restrângere a exercitării drepturilor și libertăților recunoscute ale furnizorilor de servicii mass-media trebuie să fie prevăzută de lege și să fie necesară într-o societate democratică pentru securitatea națională, integritatea teritorială sau siguranța publică, pentru a apăra ordinea și a preveni infracțiunile, pentru a proteja sănătatea și morala, reputația sau drepturile altora, pentru a împiedica divulgarea de informații confidențiale sau pentru a garanta autoritatea și imparțialitatea puterii judecătorești, și să facă obiectul unei autorizări prealabile din partea unei instanțe de judecată, iar în cazuri excepționale și urgente justificate în mod corespunzător, să fie ulterior autorizată de o instanță de judecată fără întârzieri.

(5) Încălcarea alin. (3) lit. (b) și (c) atrage răspundere contravențională sau penală, după caz, în condițiile legii.

decisionale independente și imparțiale sau, în cazuri excepționale și urgente justificate în mod corespunzător, să fie ulterior autorizată de o astfel de autoritate fără întârzieri nejustificate.

(5) Prin derogare de la alineatul (3) litera (c), statele membre pot instala un software de supraveghere intruziv, cu condiția ca instalarea;

(a) să respecte condițiile enumerate la alineatul (4); și

(b) să fie efectuată în scopul investigării uneia dintre persoanele menționate la alineatul (3) litera (c) pentru:

(i) infracțiunile enumerate la articolul 2 alineatul (2) din Decizia-cadru 2002/584/JAI care se pedepsesc în statul membru în cauză cu o pedeapsă sau o măsură de siguranță privativă de libertate cu o durată maximă de cel puțin trei ani; sau

(ii) alte infracțiuni grave pasibile în statul membru în cauză de o pedeapsă privativă de libertate sau de o măsură de siguranță privativă de libertate cu o durată maximă de cel puțin cinci ani, astfel cum se prevede în legislația statului membru respectiv.

Statele membre nu iau măsurile menționate la alineatul (3) litera (c) în cazul în care o măsură astfel cum este menționată la litera (a) sau (b) de la alineatul respectiv ar fi adecvată și suficientă pentru a obține informațiile solicitate.

(6) Statele membre se asigură că măsurile de supraveghere menționate la alineatul (3) litera (b) și instalarea software-ului de supraveghere intruziv menționat la litera (c) de la alineatul respectiv sunt revizuite periodic de o autoritate judiciară sau de o autoritate decizională independentă și imparțială pentru a stabili dacă sunt îndeplinite în continuare condițiile care justifică utilizarea lor.

(7) Directiva (UE) 2016/680 a Parlamentului European și a Consiliului ⁽²⁶⁾, inclusiv garanțiile prevăzute de aceasta, cum ar fi dreptul persoanei vizate de a fi informată și de a avea acces la datele cu caracter personal care fac obiectul prelucrării, se aplică oricărei prelucrări a datelor cu caracter personal care a fost efectuată în contextul aplicării măsurilor de supraveghere menționate la alineatul (3) litera (b) de la prezentul articol sau al instalării unui software de supraveghere intruziv menționat la litera (c) de la alineatul respectiv.

<p>(8) Statele membre se asigură că furnizorii de servicii mass-media, personalul editorial al acestora sau orice persoane care, din cauza relației lor obișnuite sau profesionale cu un furnizor de servicii mass-media sau cu personalul editorial al acestuia, ar putea deține informații legate de sursele jurnalistice sau de comunicările confidențiale sau care sunt capabile să le identifice au dreptul la protecție jurisdicțională efectivă, în conformitate cu articolul 47 din cartă, în cazurile referitoare la încălcări ale alineatelor (3)-(7) de la prezentul articol.</p> <p>Statele membre încredințează unei autorități sau unui organism independent cu expertiză relevantă sarcina de a oferi asistență persoanelor menționate la primul paragraf în ceea ce privește exercitarea acestui drept. În cazul în care nu există o astfel de autoritate sau organism, persoanele respective pot solicita asistență din partea unui organism sau mecanism de autoreglementare.</p> <p>(9) Responsabilitățile statelor membre, astfel cum sunt prevăzute în TUE și în TFUE, sunt respectate.</p>			
<p>Articolul 5 Garanții pentru funcționarea independentă a furnizorilor de servicii publice mass-media</p> <p>(1) Statele membre se asigură că furnizorii de servicii publice mass-media sunt independenți din punct de vedere editorial și funcțional și furnizează în mod imparțial publicului lor o pluralitate de informații și opinii, în conformitate cu misiunea lor de serviciu public, astfel cum este definită la nivel național în conformitate cu Protocolul nr. 29.</p> <p>(2) Statele membre se asigură că procedurile de numire și demitere a șefului organismului de conducere sau a membrilor consiliului de administrație al furnizorilor de servicii publice mass-media urmăresc să garanteze independența furnizorilor de servicii publice mass-media. Șeful organismului de conducere sau membrii consiliului de administrație al furnizorilor de servicii publice mass-media sunt numiți pe baza unei proceduri transparente, deschise, eficace și nediscriminatorii și a unor criterii transparente, obiective, nediscriminatorii și proporționale stabilite în prealabil la nivel național. Durata mandatului lor este suficientă pentru a garanta independența efectivă a furnizorilor de servicii publice mass-media.</p> <p>Deciziile privind demiterea șefului organismului de conducere sau a membrilor consiliului de administrație al</p>	<p>Codul serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova nr. 174/2018: Articolul 31. Misiunea furnizorilor publici de servicii media</p> <p>(1) Furnizorii publici de servicii media se află în serviciul publicului, funcționează din contribuția publicului, sînt supuși controlului public și au misiunea să realizeze în practică următoarele principii:</p> <p>a) asigurarea accesului universal al populației la o diversitate de servicii media audiovizuale generaliste și tematice, liniare și neliniare, furnizate inclusiv prin intermediul noilor platforme de comunicare, care să satisfacă necesitățile informaționale, educaționale și recreative ale tuturor grupurilor sociale de utilizatori;</p> <p>b) promovarea, prin politica editorială, a coeziunii sociale la nivel local, regional, național și internațional, precum și încurajarea sentimentului de responsabilitate comună a populației pentru realizarea acestui principiu;</p> <p>c) promovarea pluralismului audiovizual;</p> <p>d) informarea corectă, obiectivă, complexă și imparțială prin programe audiovizuale inovatoare și variate, care respectă standardele etice și de înaltă calitate;</p> <p>e) promovarea dezbaterilor publice pluraliste și încurajarea unei participări democratice largi a publicului;</p>	<p>Compatibil</p>	

furnizorilor de servicii publice mass-media înainte de încheierea mandatului acestora sunt justificate în mod corespunzător, pot fi luate numai în mod excepțional în cazul în care aceștia nu mai îndeplinesc condițiile necesare pentru îndeplinirea sarcinilor lor în conformitate cu criteriile stabilite în prealabil la nivel național, fac obiectul notificării prealabile a persoanelor în cauză și includ posibilitatea unui control jurisdicțional.

(3) Statele membre se asigură că procedurile de finanțare pentru furnizorii de servicii publice mass-media se bazează pe criterii transparente și obiective stabilite în prealabil. Procedurile de finanțare respective garantează că furnizorii de servicii publice mass-media dispun de resurse financiare adecvate, durabile și previzibile, corespunzătoare îndeplinirii misiunii lor de serviciu public și capacității de a se dezvolta în cadrul acesteia. Respectivul resurse financiare sunt de așa natură încât independența editorială a furnizorilor de servicii publice mass-media este protejată.

(4) Statele membre desemnează una sau mai multe autorități sau organisme independente sau stabilesc mecanisme fără influență politică din partea guvernelor pentru a monitoriza aplicarea alineatelor (1), (2) și (3). Rezultatele respectivei monitorizări sunt puse la dispoziția publicului.

f) promovarea diversității patrimoniului cultural național, european și internațional;

g) asigurarea independenței editoriale și a autonomiei instituționale față de autoritățile și instituțiile publice, de partidele politice și grupurile de interese;

h) asumarea responsabilității față de public.

(2) Statul garantează că furnizorii publici de servicii media dispun de resurse financiare suficiente, durabile și previzibile, corespunzătoare îndeplinirii misiunii lor de serviciu public. Statul se asigură că resursele financiare respective sunt suficiente pentru ca independența editorială a furnizorilor publici de servicii media să fie protejată.

Articolul 32. Statutul juridic al furnizorilor publici de servicii media

(1) În Republica Moldova funcționează:

a) furnizorul public național de servicii media – Compania „Teleradio-Moldova”;

b) furnizorul public regional de servicii media – Compania „Gagauziya Radio Televizionu”.

(2) Compania „Teleradio-Moldova” și Compania „Gagauziya Radio Televizionu” sînt persoane juridice de drept public, constituite sub formă de instituții publice.

(3) Furnizorul public național de servicii media Compania „Teleradio-Moldova” este fondat de către Parlament și își desfășoară activitatea sub controlul acestuia în conformitate cu prevederile prezentului cod.

(4) Furnizorul public regional de servicii media Compania „Gagauziya Radio Televizionu” este fondat de Adunarea Populară a Găgăuziei și activează în conformitate cu prevederile prezentului cod și ale actelor normative locale.

Articolul 34. Independența editorială și autonomia instituțională a furnizorilor publici de servicii media

(1) Independența editorială și autonomia instituțională a furnizorilor publici de servicii media este garantată prin lege. Este interzisă imixtiunea autorităților publice, a partidelor și altor organizații social-politice, a sindicatelor, a organizațiilor comerciale și economice sau a grupurilor de interese.

(2) Nu constituie imixtiune în activitatea furnizorilor publici de servicii media aplicarea normelor stabilite de către Consiliul Audiovizualului, în condițiile prezentului cod.

(3) Independența editorială, autonomia instituțională și libertatea de creație includ dreptul exclusiv al organului de administrare al furnizorului public de servicii media de a lua, în limitele stabilite de prezentul cod, decizii cu privire la:

a) determinarea politicii editoriale, aprobarea și modificarea conținutului serviciilor media audiovizuale și a grilei de emisie;

b) organizarea activității instituționale, celei editoriale și celei de creație;

c) conceperea, producerea și difuzarea programelor audiovizuale;

d) alte activități stabilite de prezentul cod și/sau de organul de supraveghere a activității furnizorului public de servicii media.

(4) Organele de administrare și cele de supraveghere a activității furnizorului public de servicii media sînt obligate să asigure, în cadrul instituției, independența editorială, autonomia instituțională, libertatea de creație a angajaților.

(5) Organele de administrare și cele de supraveghere a activității furnizorului public de servicii media sînt obligate să declare public orice influență din exterior susceptibilă de a limita independența editorială.

Articolul 35. Atribuțiile furnizorilor publici de servicii media

(1) Atribuțiile furnizorilor publici de servicii media sînt:

a) furnizarea programelor audiovizuale, inclusiv de știri, despre realitățile din țară și din lume, menite să asigure informarea exactă, imparțială, obiectivă a publicului, respectînd echilibrul politic, egalitatea de gen, libertatea de exprimare, de creație și de conștiință;

b) servirea în calitate de forum de dezbateri, cu implicarea publicului larg, sau de platformă pentru diseminarea valorilor democratice, inclusiv cu utilizarea noilor tehnologii interactive;

c) încurajarea participării populației la viața publică, în special la alegeri și în procesul decizional, și stimularea interesului populației pentru treburile publice;

d) stimularea creativității și reflectarea diversității activităților culturale; contribuirea la formarea societății bazate pe cunoaștere;

e) promovarea incluziunii digitale și a reducerii decalajului digital, inclusiv prin sporirea accesibilității propriilor programe audiovizuale pe noile platforme de comunicare;

f) furnizarea mesajelor de interes public în conformitate cu legislația în vigoare și cu propriile regulamente;

g) contribuirea la conservarea patrimoniului cultural prin dezvoltarea și digitalizarea arhivelor audiovizuale, cu posibilitate de acces online;

h) asigurarea unei structuri organizatorice interne funcționale și a unui sistem echitabil de retribuire a muncii,

bazate pe stimularea performanței profesionale și pe eficiență economică;

i) angajarea personalului calificat, luându-se în considerare diversitatea societății și egalitatea de gen; organizarea dezvoltării profesionale a personalului, cel puțin o dată la 5 ani, în cadrul propriului centru de instruire continuă sau prin contractarea serviciilor corespunzătoare;

j) asigurarea funcționalității unor rețele de corespondenți și/sau de birouri de corespondenți, în țară și/sau în străinătate, în scopul completării și diversificării conținutului serviciilor media audiovizuale;

k) asigurarea transparenței activității proprii, inclusiv prin prezentarea anuală a dărilor de seamă publice despre respectarea angajamentelor prevăzute în Caietul de sarcini al furnizorului public de servicii media;

l) mediatizarea propriului catalog al serviciilor media audiovizuale neliniare puse la dispoziția publicului;

m) stabilirea prețurilor și tarifelor pentru serviciile pe care le prestează;

n) prezentarea anuală a raportului de activitate către fondatori;

o) dezvoltarea propriului serviciu media al ombudsmanului;

p) cooperarea între furnizorii publici de servicii media, precum și cu instituții similare din străinătate, în scopul realizării corespunzătoare a misiunii.

(2) În scopul informării mai bune și mai complexe a publicului-țintă din anumite zone geografice, furnizorul public național de servicii media poate înființa sucursale, studii teritoriale, raionale și/sau regionale în vederea producerii de conținuturi audiovizuale de interes local/regional și a difuzării acestora în cadrul unor servicii media audiovizuale distincte de serviciile media audiovizuale principale.

Articolul 36. Funcționarea furnizorului public național de servicii media

(1) Funcționarea furnizorului public național de servicii media este asigurată de către Comitetul managerial al acestuia, condus de directorul general.

(2) Activitatea furnizorului public național de servicii media este supravegheată de către Consiliul de supraveghere al acestuia.

(3) Directorul general al furnizorului public național de servicii media (în continuare – *director general*) este desemnat, în urma unui concurs public, de către Consiliul de supraveghere al furnizorului public național de servicii media (în continuare – *Consiliu de supraveghere*).

	<p>(3¹) La funcția de director general poate candida persoana care îndeplinește cumulativ următoarele condiții:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) deține diplomă de studii superioare în drept, în administrație publică, în management ori într-un alt domeniu relevant; b) deține cetățenia Republicii Moldova; c) are experiență managerială de cel puțin 5 ani; d) cunoaște limba română, precum și limba engleză sau franceză; e) nu are antecedente penale nestinse; f) are o reputație ireproșabilă; g) nu deține și nu a deținut, în ultimii doi ani, calitatea de membru de partid și/sau de afiliat politic. <p>(3²) Consiliul de supraveghere aprobă Regulamentul privind modul de organizare și desfășurare a concursului de selectare a candidatului la funcția de director general. Regulamentul în cauză conține, fără a se limita la acestea, următoarele criterii de evaluare:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) deținerea cunoștințelor solide în domeniul audiovizualului; b) dispunerea de capacități de analiză și de gândire critică; c) angajamentul de a respecta principiile bunei guvernări; d) cunoaștere aprofundată a legislației naționale și a celei europene în domeniul serviciilor media audiovizuale; e) deținerea capacităților de conducere strategică și de administrare eficientă a instituțiilor media; f) cunoașterea limbii române, precum și a limbii engleze sau franceze. <p>(4) Componența numerică și nominală a Comitetului managerial al furnizorului public național de servicii media (în continuare – <i>Comitet managerial</i>) este aprobată de către directorul general.</p> <p>(5) Din Comitetul managerial fac parte din oficiu:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) directorul general, care exercită și funcția de președinte al acestuia; b) directorii generali adjuncți; c) managerii serviciilor media audiovizuale; d) managerii serviciilor comune. <p>(6) Membrii Comitetului managerial dețin mandate pe durată determinată, care expiră odată cu expirarea mandatului directorului general.</p> <p>Articolul 37. Directorul general</p> <p>(1) Directorul general este desemnat pentru un mandat de 7 ani, care nu poate fi reînnoit.</p> <p>(2) Directorul general are următoarele atribuții:</p>		
--	--	--	--

a) asigură conducerea curentă a furnizorului public național de servicii media;

b) dispune, controlează și răspunde de executarea deciziilor Consiliului de supraveghere, precum și de executarea obligațiilor asumate de către furnizorul public național de servicii media;

c) aprobă, la propunerea Comitetului managerial, reglementări, regulamente și instrucțiuni oportune pentru funcționarea furnizorului public național de servicii media;

d) desemnează, pe termen determinat valabil pînă la expirarea mandatului directorului general, cel puțin 2 directori generali adjuncți, dintre care unul fiind responsabil de serviciile de radiodifuziune sonoră, iar celălalt – de serviciile de televiziune;

e) numește și demite membrii Comitetului managerial, în condițiile legii;

f) elaborează proiectul agendei de lucru și prezidează ședințele Comitetului managerial;

g) asigură, împreună cu Comitetul managerial, elaborarea proiectului Caietului de sarcini al furnizorului public național de servicii media și implementarea prevederilor acestuia;

h) administrează bugetul furnizorului public național de servicii media;

i) delegă provizoriu competențele și responsabilitățile proprii unui membru al Comitetului managerial, în cazul absenței sale motivate;

j) semnează, în numele furnizorului public național de servicii media, contracte și acorduri;

k) asigură transparența activității furnizorului public național de servicii media;

l) exercită alte atribuții care îi revin conform prevederilor legale.

(2¹) Directorul general elaborează și prezintă spre aprobare Consiliului de supraveghere planul managerial de activitate, care să conțină și:

a) acțiunile preconizate pentru realizarea misiunii, a obiectului de activitate și a atribuțiilor furnizorului public de servicii media;

b) obiectivele individuale anuale de activitate și indicatorii de performanță profesională.

(3) Directorul general aprobă angajarea și concedierea personalului și numește, în bază de concurs, șefii unităților structurale direct subordonate.

(4) Directorul general dispune și aprobă componența numerică și nominală a Consiliului de calificare

	<p>reprezentativ, responsabil de desemnarea prin concurs a șefilor unităților structurale direct subordonate. Consiliul de calificare activează în conformitate cu propriul regulament, avizat de către Consiliul de supraveghere și de Comitetul managerial și aprobat de către directorul general. Activitatea membrilor Consiliului de calificare care nu sînt angajați ai furnizorului public național de servicii media este remunerată în mărimea stabilită în regulamentul Consiliului de calificare.</p> <p>(5) Directorul general aprobă, în condițiile legii, angajarea specialiștilor pentru o perioadă determinată, în scopul efectuării studiilor, lucrărilor, expertizelor și avizelor, necesare pentru realizarea misiunii furnizorului public național de servicii media.</p> <p>(6) Directorul general aprobă participarea și mandatul delegațiilor în cadrul reuniunilor naționale sau internaționale, al întâlnirilor de afaceri sau al vizitelor de documentare pentru furnizorul public național de servicii media.</p> <p>(7) Directorul general reprezintă furnizorul public național de servicii media în relațiile cu autoritățile publice, cu organizațiile și instituțiile din Republica Moldova, precum și din străinătate.</p> <p>(8) Salariul lunar al directorului general este stabilit în mărime de 5 salarii medii lunare ale personalului furnizorului public național de servicii media, calculat anual în conformitate cu mărimea salariilor medii indexate ale tuturor salariaților.</p> <p>(9) Funcția de director general este incompatibilă cu:</p> <ul style="list-style-type: none">a) oricare altă funcție publică sau privată, cu excepția celor științifice și/sau didactice, dacă nu atrag după sine conflict de interese în raport cu furnizorul public național de servicii media;b) calitatea de membru al unui organ de conducere, partener, participant sau deținător al capitalului social al unui furnizor de servicii media, prestator de servicii media, producător independent de servicii media, furnizor privat de echipamente și utilaje tehnice de specialitate, prestator de servicii tehnice de specialitate și/sau al unei agenții de publicitate;c) calitatea de membru de partid și/sau de afiliat politic;d) calitatea de autor și/sau coautor de programe audiovizuale, realizate și difuzate pe perioada mandatului în serviciile media audiovizuale ale furnizorului public de servicii media și ale altor furnizori de servicii media,		
--	--	--	--

	<p>indiferent dacă această calitate presupune sau nu remunerație.</p> <p>(10) Directorul general este demis din funcție de către Consiliul de supraveghere în următoarele cazuri:</p> <ul style="list-style-type: none">a) din proprie inițiativă, în temeiul cererii depuse;b) condamnare prin hotărâre judecătorească definitivă;c) pierderea cetățeniei Republicii Moldova;d) instituirea unei măsuri de ocrotire judiciară prin hotărâre judecătorească definitivă;e) în alte cazuri prevăzute de legislație. <p>(11) - <i>abrogat</i>.</p> <p>(12) Directorul general își exercită mandatul până la desemnarea unui nou director general, dar nu mai mult de 6 luni de la data survenirii vacanței funcției.</p> <p>(13) Directorii generali adjuncți își exercită mandatele până la numirea noului director general.</p> <p>Articolul 38. Comitetul managerial</p> <p>(1) Comitetul managerial își desfășoară activitatea în conformitate cu propriul regulament de organizare și funcționare, elaborat la propunerea directorului general și aprobat de către Consiliul de supraveghere.</p> <p>(2) Comitetul managerial, în raport cu directorul general, are statut de organ consultativ.</p> <p>(3) Comitetul managerial are următoarele atribuții:</p> <ul style="list-style-type: none">a) contribuie la executarea deciziilor directorului general și ale Consiliului de supraveghere;b) elaborează proiectele de documente supuse aprobării de către directorul general;c) oferă avize consultative pentru proiectele de decizii, dispoziții, regulamente și instrucțiuni, supuse aprobării de către directorul general;d) oferă avize consultative pentru documentele care sînt supuse aprobării de către Consiliul de supraveghere, la solicitarea acestuia;e) exercită alte atribuții care îi revin conform prevederilor prezentului cod și ale regulamentului de organizare și funcționare. <p>Articolul 39. Caietul de sarcini al furnizorului public național de servicii media</p> <p>(1) Caietul de sarcini al furnizorului public național de servicii media (în continuare – <i>Caiet de sarcini</i>) conține:</p> <ul style="list-style-type: none">a) lista serviciilor media audiovizuale liniare și neliniare propuse spre furnizare;b) declarația politicii editoriale pentru fiecare serviciu media audiovizual;c) planul de finanțare.		
--	---	--	--

	<p>(1¹) În funcție de necesități, Caietul de sarcini poate conține și planul proiectelor de dezvoltare, dotare și re tehnologizare.</p> <p>(2) Caietul de sarcini reprezintă temei pentru:</p> <p>a) aprobarea bugetului furnizorului public național de servicii media;</p> <p>b) monitorizarea și supravegherea modului de realizare a misiunii furnizorului public național de servicii media;</p> <p>c) exercitarea controlului public asupra activității furnizorului public național de servicii media.</p> <p>(3) Declarația politicii editoriale este elaborată în conformitate cu misiunea furnizorului public național de servicii media și prevede obiectivele principale, activitățile prin care va fi atins fiecare obiectiv și motivarea acestora.</p> <p>(4) Planul de finanțare conține:</p> <p>a) bugetul general al furnizorului public național de servicii media;</p> <p>b) bugetul detaliat al fiecărui serviciu media audiovizual;</p> <p>c) bugetul proiectelor de dezvoltare, după caz.</p> <p>(5) Proiectul Caietului de sarcini este elaborat din inițiativa directorului general, avizat de către Comitetul managerial și prezentat spre aprobare Consiliului de supraveghere.</p> <p>(6) Caietul de sarcini, aprobat de către Consiliul de supraveghere, este depus de către directorul general pentru informare la comisia parlamentară de profil, în termenul prevăzut de legislația în vigoare.</p> <p>(7) Conținutul Caietului de sarcini poate fi modificat de Consiliul de supraveghere din inițiativa directorului general, cu avizul Comitetului managerial.</p> <p>Articolul 40. Proprietatea furnizorului public național de servicii media</p> <p>(1) Furnizorul public național de servicii media posedă, utilizează și dispune de bunuri aflate în proprietatea sa, inclusiv clădiri, spații și terenuri, în conformitate cu legislația în vigoare.</p> <p>(2) Furnizorul public național de servicii media poate achiziționa bunuri necesare pentru exercitarea atribuțiilor, conform prevederilor legale.</p> <p>(3) Furnizorul public național de servicii media poate achiziționa și înstrăina bunurile imobile cu acordul prealabil al Consiliului de supraveghere și cu acceptul fondatorului.</p> <p>Articolul 41. Bugetul furnizorului public național de servicii media</p> <p>(1) Bugetul furnizorului public național de servicii media se constituie din subvenții de la bugetul de stat și din venituri proprii.</p>		
--	---	--	--

	<p>(2) Subvențiile de la bugetul de stat se stabilesc anual, prin legea bugetului de stat, și reprezintă volumul subvențiilor de la bugetul de stat pentru anul precedent, indexat cu indicele prețurilor de consum din ultimul an bugetar executat deplin.</p> <p>(3) Veniturile proprii ale furnizorului public național de servicii media provin, după caz, din:</p> <ul style="list-style-type: none">a) sume încasate din comunicările comerciale audiovizuale difuzate;b) sume încasate din realizarea obiectului de activitate, inclusiv venituri provenite din vânzarea programelor audiovizuale sau a drepturilor de autor din coproducții;c) donații și sponsorizări;d) alte surse legale. <p>(3¹) Pe lângă activitatea de serviciu public, furnizorul public național de servicii media poate, în condițiile legii, să desfășoare activități comerciale, în măsură limitată, cu condiția ca operațiunile din domeniul activităților comerciale să fie organizate separat de activitatea de serviciu public.</p> <p>(3²) Subvențiile de la bugetul de stat, precum și veniturile provenite din prestarea serviciilor publice pot fi utilizate numai pentru asigurarea activității serviciului public prevăzut de prezentul cod.</p> <p>(3³) Veniturile din activitățile comerciale pot fi utilizate pentru cofinanțarea propriilor servicii media audiovizuale sau pentru dezvoltarea acestora în interes public, în mod transparent și numai în domeniile prevăzute de prezentul cod.</p> <p>(3⁴) Veniturile și cheltuielile aferente activității de serviciu public și veniturile și cheltuielile aferente activităților comerciale ale furnizorului public național de servicii media sunt contabilizate în două conturi separate.</p> <p>(3⁵) Activitățile comerciale desfășurate de furnizorul public național de servicii media sunt:</p> <ul style="list-style-type: none">a) comercializarea timpului de publicitate și comercializarea de programe audiovizuale;b) prestarea serviciilor tehnice și a serviciilor de telecomunicații care nu fac parte din serviciul public;c) închirierea infrastructurii de radiodifuziune și a altor bunuri imobile;d) desfășurarea activității de editare și a concertelor;e) prestarea serviciilor de software, inclusiv a serviciilor de software interactive;f) utilizarea comercială a materialelor de arhivă. <p>(4) Raportul privind executarea bugetului furnizorului public național de servicii media este prezentat anual de către directorul general și avizat de către Comitetul managerial și</p>		
--	--	--	--

	<p>Consiliul de supraveghere, precum și este făcut public pe pagina web oficială a furnizorului.</p> <p>(5) Raportul privind executarea bugetului furnizorului public național de servicii media este depus împreună cu raportul anual de activitate la Parlament de către directorul general.</p> <p>(6) Activitatea financiară a furnizorului public național de servicii media este verificată de către Curtea de Conturi, în conformitate cu legislația în vigoare.</p> <p>(7) Utilizarea fondurilor furnizorului public național de servicii media este supusă controlului organelor abilitate prin lege, potrivit provenienței fondurilor respective.</p> <p>Articolul 42. Consiliul de supraveghere</p> <p>(1) Consiliul de supraveghere își desfășoară activitatea în baza propriului regulament de organizare și funcționare, aprobat de către acesta.</p> <p>(2) Consiliul de supraveghere reprezintă o diversitate a opiniilor din cadrul societății.</p> <p>(3) Consiliul de supraveghere reprezintă interesul public în raport cu instituțiile publice și cu furnizorul public național de servicii media.</p> <p>(4) Consiliul de supraveghere își desfășoară activitatea în nume propriu, contribuie la edificarea și dezvoltarea furnizorului public național de servicii media conform principiilor stipulate în capitolul II.</p> <p>Articolul 43. Componenta Consiliului de supraveghere</p> <p>(1) Consiliul de supraveghere este constituit din 9 membri, care trebuie să fie integri și să dețină calificări profesionale în domeniul jurnalismului, al mass-mediei, al culturii, al industriilor creative, al politicilor de integrare a minorităților etnice, al promovării democrației și drepturilor omului, al cinematografului, al dreptului, al relațiilor cu publicul, al relațiilor internaționale, al gestiunii financiare și gestiunii întreprinderii comerciale, al tehnologiei informației și comunicațiilor, al ingineriei, precum și al activității academice. La constituirea Consiliului de supraveghere se va urmări respectarea principiului egalității de gen.</p> <p>(2) La funcția de membru al Consiliului de supraveghere poate candida persoana care întrunește cumulativ următoarele cerințe:</p> <ul style="list-style-type: none">a) deține cetățenia Republicii Moldova;b) deține diplomă de licență sau echivalentă cu aceasta și experiență de cel puțin 5 ani în unul dintre domeniile prevăzute la alin. (1);b') cunoaște domeniul de reglementare a activității furnizorilor publici de servicii media audiovizuale, inclusiv		
--	---	--	--

	<p>legislația din domeniul audiovizualului, națională și europeană;</p> <p>c) cunoaște limba română și o limbă de circulație internațională;</p> <p>d) nu deține și nu a deținut, în ultimii doi ani, calitatea de membru de partid și/sau de afiliat politic;</p> <p>e) are reputație profesională ireproșabilă, confirmată prin cel puțin două scrisori de recomandare;</p> <p>f) nu are antecedente penale;</p> <p>g) nu are interdicția de a ocupa o funcție publică sau o funcție de demnitate publică, ce derivă dintr-un act de constatare al Autorității Naționale de Integritate.</p> <p>(3) Consiliul de supraveghere este format din:</p> <p>a) - <i>abrogată</i>;</p> <p>b) - <i>abrogată</i>;</p> <p>(4) - <i>abrogat</i>.</p> <p>(4¹) Candidații la funcția de membru al Consiliului de supraveghere sunt selectați de către Consiliul Audiovizualului, în urma unor concursuri publice, conform următoarei proceduri:</p> <p>a) cu 60 de zile înainte de expirarea mandatelor membrilor Consiliului de supraveghere, președintele Consiliului de supraveghere notifică despre aceasta Consiliul Audiovizualului;</p> <p>b) Consiliul Audiovizualului, în termen de 5 zile lucrătoare de la data notificării, emite invitații publice de participare la concursurile de selectare a candidaților la funcțiile de membru al Consiliului de supraveghere, făcând publice criteriile pentru ocuparea funcțiilor respective și data-limită pentru depunerea dosarelor de participare;</p> <p>c) în termen de 10 zile de la data-limită de depunere a dosarelor de participare, Consiliul Audiovizualului desfășoară concursurile de selectare a candidaților;</p> <p>d) în termen de 5 zile de la data desfășurării concursului indicat la lit. c), Consiliul Audiovizualului publică lista candidaților selectați.</p> <p>(4²) Membrii Consiliului de supraveghere sunt desemnați de către Consiliul Audiovizualului în cadrul unei ședințe publice, cu votul a două treimi din numărul membrilor acestuia.</p> <p>(4³) În cazul în care, în cadrul concursului indicat la alin. (4¹), nu a fost selectat numărul necesar de candidați pentru ocuparea tuturor funcțiilor de membru al Consiliului de supraveghere, Consiliul Audiovizualului repetă procedura de selectare prevăzută la alin. (4¹) după 5 zile de la constatarea vacanței funcțiilor în urma concursului respectiv.</p>		
--	--	--	--

(4⁴) Consiliul Audiovizualului aprobă Regulamentul privind modul de organizare și desfășurare a concursului de selectare a candidaților la funcția de membru al Consiliului de supraveghere. Regulamentul în cauză conține, fără a se limita la acestea, următoarele criterii de evaluare:

- a) deținerea experienței și a cunoștințelor solide în cel puțin unul dintre domeniile menționate la art. 43 alin. (1);
- b) dispunerea de capacități de analiză și de gândire critică;
- c) angajamentul de a respecta principiile bune guvernări;
- d) cunoașterea aprofundată a legislației naționale și a celei europene în domeniul serviciilor media audiovizuale.

(5) Membrii Consiliului de supraveghere sunt desemnați pentru un mandat de 6 ani prin decizia Consiliului Audiovizualului.

(6) În caz de vacanță a funcției înainte de termen, un nou membru al Consiliului de supraveghere este desemnat pe durata restantă a mandatului.

(7) Membrii Consiliului de supraveghere își exercită mandatele până la desemnarea în funcție a noilor membri. Mandatele nu pot fi prelungite pentru o perioadă mai mare de 6 luni.

Articolul 44. Incompatibilitățile funcției de membru al Consiliului de supraveghere

(1) Funcția de membru al Consiliului de supraveghere este incompatibilă cu:

- a) statutul de deputat, de membru al Guvernului, de ales local, de membru al administrației publice centrale ori locale sau de angajat din cadrul acestora, precum și de membru al Consiliului Audiovizualului;
- b) calitatea de deținător, direct sau indirect, de acțiuni sau părți ale fondului statutar al societăților comerciale cu activități în domenii în care s-ar afla în conflict de interese cu calitatea de membru al Consiliului de supraveghere;
- c) statutul de angajat al furnizorului public național de servicii media, cu excepțiile prevăzute la art.47 alin.(1);
- d) statutul de autor, prezentator, moderator, realizator (titular sau netitular) de programe audiovizuale ale furnizorului public de servicii media;
- e) calitatea de membru de partid sau de afiliat politic.

(2) Membrul Consiliului de supraveghere care, la data desemnării, se află în una dintre situațiile prevăzute la alin.(1) lit.a)–d) are la dispoziție un termen de 30 de zile pentru a renunța la calitatea sau la acțiunile respective, perioadă în care nu are drept de vot în cadrul Consiliului de supraveghere.

(3) Membrul Consiliului de supraveghere care nu respectă prevederile prezentului articol este demis de drept, funcția sa devenind vacantă.

Articolul 45. Atribuțiile Consiliului de supraveghere
Consiliul de supraveghere are următoarele atribuții:

- a) aprobă statutul furnizorului public național de servicii media și modificările acestuia;
- b) aprobă regulamentul de organizare și funcționare a furnizorului public național de servicii media și modificările acestuia;
- c) aprobă propriul regulament de organizare și funcționare și modificările acestuia;
- d) aprobă Caietul de sarcini;
- e) aprobă planul managerial de activitate, obiectivele individuale de activitate și indicatorii de performanță profesională a directorului general;
- f) elaborează și aplică regulamentul de evaluare a performanțelor profesionale ale directorului general;
- g) aprobă strategii de dezvoltare a furnizorului public național de servicii media pe termen mediu și lung;
- h) aprobă declarația politicii editoriale a furnizorului public național de servicii media în campaniile electorale;
- i) supraveghează activitatea furnizorului public național de servicii media în scopul realizării Caietului de sarcini și, după caz, intervine cu decizii cu caracter de reglementare;
- j) aprobă plafonul maxim al creditelor bancare pe care le poate solicita directorul general fără aprobarea Consiliului de supraveghere;
- k) aprobă propunerile de modificare a bugetului furnizorului public național de servicii media;
- l) ține registrul adresărilor publice, examinează petițiile și sesizările parvenite de la populație și, după caz, prescrie directorului general măsuri obligatorii privind redresarea situației;
- m) prezintă Consiliului Audiovizualului raportul anual de activitate până la data de 31 martie a anului următor celui de gestiune;
- n) asigură transparența propriei activități;
- o) exercită alte atribuții care îi revin conform prevederilor legale și regulamentului de organizare și funcționare.

Articolul 46. Activitatea Consiliului de supraveghere

(1) Consiliul de supraveghere își desfășoară activitatea în ședințe, de regulă, publice, convocate din inițiativa președintelui, a cel puțin 3 membri ai acestuia sau la solicitarea directorului general. Consiliul de supraveghere se

	<p>convoacă ori de câte ori este necesar, dar nu mai rar de o dată pe lună.</p> <p>(2) Consiliul de supraveghere își alege președintele și secretarul cu votul a 6 membri ai acestuia. Ședința în care sînt aleși președintele și secretarul Consiliului de supraveghere este prezidată de cel mai în vîrstă membru al acestuia.</p> <p>(3) Președintele Consiliului de supraveghere este responsabil de exercitarea atribuțiilor Consiliului de supraveghere.</p> <p>(4) Secretarul Consiliului de supraveghere este responsabil de organizarea ședințelor și de lucrările de secretariat.</p> <p>(5) Președintele Consiliului de supraveghere:</p> <ul style="list-style-type: none">a) elaborează agenda ședințelor și prezidează ședințele;b) semnează deciziile și asigură publicarea acestora;c) întocmește raportul anual de activitate;d) reprezintă Consiliul de supraveghere în relațiile cu instituțiile publice și cu persoanele fizice și juridice;e) reprezintă Consiliul de supraveghere în organizațiile naționale și internaționale în problemele ce țin de supravegherea furnizorilor publici de servicii media. <p>(6) În absența președintelui, activitatea Consiliului de supraveghere este condusă de secretar, iar ședințele de lucru sînt prezidate de către președintele ședinței, ales de către consiliu prin vot deschis cu majoritatea de voturi ale membrilor prezenți.</p> <p>(7) În caz de vacanță a funcției de președinte sau de secretar, se procedează la alegere, în condițiile prezentului articol.</p> <p>(8) Vacanța funcției de membru al Consiliului de supraveghere poate interveni în caz de:</p> <ul style="list-style-type: none">a) demisie;b) deces;c) expirare a mandatului;d) condamnare prin hotărâre judecătorească definitivă;e) absență consecutivă și nejustificată de la 7 ședințe ale consiliului, timp de 12 luni;f) instituire a unei măsuri de ocrotire judiciară, conform legii;g) constatare, în rezultatul controlului parlamentar efectuat în condițiile legii, a unei activități defectuoase, a executării necorespunzătoare sau a neexecutării atribuțiilor sale. <p>(9) - <i>abrogat</i>.</p> <p>(10) Președintele și secretarul pot fi demiși, în cazul pierderii încrederii Consiliului de supraveghere, cu votul a cel puțin 6 membri ai acestuia.</p>		
--	---	--	--

	<p>(11) În cazul demisiei sau al demiterii intervenite conform alin.(10), președintele și secretarul își păstrează calitatea de membru al Consiliului de supraveghere.</p> <p>(12) În exercitarea atribuțiilor, Consiliul de supraveghere adoptă decizii cu caracter de reglementare, care intră în vigoare la data publicării acestora.</p> <p>(13) Toate deciziile Consiliului de supraveghere sînt motivate și sînt publicate pe pagina web oficială a furnizorului public național de servicii media.</p> <p>Articolul 47. Remunerarea membrilor Consiliului de supraveghere</p> <p>(1) Președintele și secretarul Consiliului de supraveghere sînt angajați ai furnizorului public național de servicii media cu durata normală a timpului de muncă.</p> <p>(2) Mărimea salariului lunar al președintelui Consiliului de supraveghere este echivalentă cu 90% din mărimea salariului lunar al președintelui Consiliului Audiovizualului. Mărimea salariului lunar al secretarului Consiliului de supraveghere constituie 90% din mărimea salariului lunar al președintelui Consiliului de supraveghere. Ceilalți membri ai Consiliului de supraveghere primesc lunar o indemnizație reprezentînd 10% din salariul lunar al președintelui Consiliului de supraveghere pentru participarea la fiecare ședință și, după caz, beneficiază de rambursarea cheltuielilor de transport și de cazare.</p> <p>(3) Sursele financiare necesare pentru activitatea Consiliului de supraveghere sînt prevăzute în bugetul furnizorului public național de servicii media.</p>		
<p>Articolul 6 Obligațiile furnizorilor de servicii mass-media (1) Furnizorii de servicii mass-media pun la dispoziția destinatarilor serviciilor lor, în mod ușor și direct accesibil, informații actualizate privind: (a) denumirea sau denumirile legale și datele de contact ale acestora; (b) numele proprietarului sau ale proprietarilor lor direcți sau indirecti avînd participații care le permit să exercite influențe asupra funcționării și asupra procesului decizional strategic, inclusiv proprietatea directă sau indirectă a unui stat sau a unei autorități sau entități publice; (c) numele beneficiarului sau ale beneficiarilor reali, în sensul definiției de la articolul 3 punctul 6 din Directiva (UE) 2015/849; (d) valoarea anuală totală a fondurilor publice pentru publicitatea de stat care le-au fost alocate și valoarea</p>	<p>Proiectul de lege privind mass-media Articolul 14. Transparența proprietății furnizorilor de servicii mass-media (1) Furnizorii de servicii mass-media au obligația să asigure transparența structurii de proprietate și a surselor de finanțare, în conformitate cu prezenta lege și cu prevederile Codului serviciilor media audiovizuale, în scopul protejării pluralismului mediatic și al interesului public, indiferent de modalitatea de furnizare a serviciului mass-media (tipărit, audiovizual, online sau mixt). (2) Obligațiile de transparență prevăzute de prezentul articol se aplică cu respectarea principiului proporționalității, ținînd cont de dimensiunea, impactul și forma de organizare a furnizorului de servicii mass-media, fără a aduce atingere obiectivului de asigurare a pluralismului mediatic. (3) Furnizorii de servicii mass-media au obligația de a asigura accesul facil, direct și permanent al utilizatorilor</p>	<p>Compatibilă</p>	

anuală totală a veniturilor din publicitate primite de la autoritățile sau entitățile publice din țări terțe.

(2) Statele membre încredințează autorităților sau organismelor naționale de reglementare sau altor autorități sau organisme competente sarcina de a dezvolta baze de date naționale privind proprietatea asupra mass-mediei care să conțină informațiile prevăzute la alineatul

(3) Fără a aduce atingere dreptului constituțional intern care este conform cu Carta, furnizorii de servicii mass-media care furnizează conținut de știri și de actualități iau măsurile pe care le consideră adecvate în vederea garantării independenței deciziilor editoriale. În special, aceste măsuri vizează:

(a) să garanteze că deciziile editoriale pot fi luate în mod liber în cadrul liniei editoriale stabilite a furnizorului de servicii mass-media în cauză; și

(b) să asigure că sunt divulgate orice conflicte de interese reale sau potențiale care ar putea afecta furnizarea de conținut de știri și de actualități.

serviciilor mass-media la cel puțin următoarele categorii de informații:

a) denumirea, forma juridică și sediul furnizorului de servicii mass-media;

b) numele reprezentanților legali sau ale persoanelor care exercită funcții de conducere executivă ale furnizorului de servicii mass-media;

c) proprietarii beneficiari care dețin, direct sau indirect, controlul asupra furnizorului de servicii mass-media;

d) acțiunile, părțile sociale sau cotele de participare deținute de furnizorul de servicii mass-media ori de proprietarii acestuia în alți furnizori de servicii mass-media sau în alte entități din domeniul mass-media, în măsura în care acestea pot influența controlul sau politica editorială;

e) lista acționarilor sau a asociațiilor furnizorului de servicii mass-media până la nivel de persoană fizică, potrivit legislației în vigoare, precum și cotele de participare deținute de acestea;

f) persoanele din organul de conducere și, după caz, de supraveghere, precum și funcțiile deținute de acestea;

g) politica editorială sau principiile care guvernează exercitarea responsabilității editoriale, precum și persoana sau persoanele responsabile de aceasta;

h) numele și prenumele redactorului-șef sau ale persoanei care exercită responsabilitatea editorială;

i) datele de contact ale furnizorului de servicii mass-media, inclusiv adresa juridică, adresele pentru corespondență (după caz), adresa poștei electronice și adresa paginii web oficiale, la care acesta poate fi contactat rapid, direct și efectiv;

j) conflictele de interese declarate care pot influența activitatea editorială;

k) categoriile surselor de finanțare în condițiile art. 13 alin. (2);

l) informații privind finanțarea obținută din fonduri publice, inclusiv publicitate de stat, granturi, subvenții, contracte sau alte forme de sprijin financiar acordate de autoritățile publice;

m) relațiile de exercitare a controlului, direct sau indirect, cu alți furnizori de servicii mass-media sau cu partide ori organizații social-politice, în măsura în care acestea pot influența deciziile editoriale.

(4) Furnizorii de servicii mass-media transmit Ministerului Culturii informațiile prevăzute la alin. (3) la inițierea activității sau la intrarea în vigoare a prezentei legi, după caz, precum și orice modificare a acestora în termen de 10 zile lucrătoare de la data producerii modificării, în scopul asigurării evidenței publice privind proprietatea și finanțarea

	<p>mass-media. Această obligație se aplică tuturor furnizorilor de servicii mass-media, independent de înscrierea în Registrul prevăzut la articolul 7, și nu constituie o condiție pentru exercitarea activității mass-media.</p> <p>(5) Furnizorii de servicii mass-media care furnizează servicii mass-media online publică informațiile prevăzute la alin. (3) într-o secțiune distinctă a paginii web oficiale, ușor accesibilă de pe pagina principală. Informațiile prevăzute la alin. (3) se actualizează în termen de 10 zile lucrătoare de la data survenirii modificării, cu indicarea datei ultimei actualizări. Obligațiile prevăzute la prezentul articol nu aduc atingere protecției datelor cu caracter personal, secretului comercial sau protecției surselor jurnalistice, în condițiile legii.</p> <p>(6) În cazul furnizorilor de servicii mass-media aflați sub incidența Codului serviciilor media audiovizuale, monitorizarea respectării obligațiilor de transparență prevăzute de prezentul articol se realizează de Consiliul Audiovizualului, în limitele competențelor stabilite de lege.</p> <p>(7) În cazul furnizorilor de servicii mass-media care nu intră sub incidența Codului serviciilor media audiovizuale, nr.174/2018, Ministerul Culturii asigură evidența și publicarea informațiilor privind transparența proprietății și a finanțării, pe baza datelor declarate de furnizorii de servicii mass-media potrivit alin. (3), inclusiv prin raportare la informațiile înscrise în Registrul mass-media și la registrele publice oficiale relevante.</p> <p>(8) Exercițarea atribuțiilor prevăzute la alin. (6) are caracter exclusiv administrativ și se limitează la verificarea exactității, caracterului complet și actualizării informațiilor declarate de furnizorii de servicii mass-media. Aceste atribuții nu pot implica evaluarea conținutului editorial, controlul politicii editoriale sau orice altă formă de ingerință în activitatea editorială a furnizorilor de servicii mass-media.</p> <p>(9) În cazul constatării unor informații incomplete, neactualizate sau vădit eronate, Ministerul Culturii solicită furnizorului de servicii mass-media remedierea situației într-un termen rezonabil, care nu poate depăși 10 zile lucrătoare de la notificare.</p> <p>(10) În cazul neconformării în termenul prevăzut la alin. (9), încălcarea obligațiilor prevăzute de prezentul articol atrage răspundere contravențională, în condițiile legii.</p>		
<p>Articolul 7 Autorități sau organisme naționale de reglementare (1) Autoritățile sau organismele naționale de reglementare asigură, dacă este cazul prin consultare sau coordonare cu alte autorități sau organisme relevante sau,</p>		Prevederi UE neaplicabile	

<p>după caz, cu organismele de autoreglementare relevante din statele lor membre, aplicarea prezentului capitol.</p> <p>(2) Autoritățile sau organismele naționale de reglementare sunt supuse cerințelor prevăzute la articolul 30 din Directiva 2010/13/UE în ceea ce privește îndeplinirea sarcinilor care le revin în temeiul prezentului regulament.</p> <p>(3) Statele membre se asigură că autoritățile sau organismele naționale de reglementare dispun de resurse financiare, umane și tehnice adecvate pentru îndeplinirea sarcinilor care le revin în temeiul prezentului regulament.</p> <p>(4) În cazul în care acest lucru este necesar pentru îndeplinirea sarcinilor care le revin în temeiul prezentului regulament, statele membre se asigură că autoritățile sau organismele naționale de reglementare sunt împuternicite să le solicite următoarelor persoane să furnizeze, într-un termen rezonabil, informații și date proporționale și necesare pentru îndeplinirea sarcinilor prevăzute în prezentul capitol:</p> <p>(a) persoanelor fizice sau persoanelor juridice cărora li se aplică prezentul capitol; și</p> <p>(b) oricărei alte persoane fizice sau juridice care, în scopuri legate de activitatea sa comercială, de afaceri sau profesională, ar putea fi în mod rezonabil în posesia unor astfel de informații și date.</p>			
<p>Articolul 8 Comitetul european pentru servicii mass-media</p> <p>(1) Prin prezentul regulament se înființează Comitetul european pentru servicii mass-media (denumit în continuare „comitetul”).</p> <p>(2) Comitetul înlocuiește Grupul autorităților europene de reglementare pentru serviciile mass-media audiovizuale (ERGA), instituit prin articolul 30b din Directiva 2010/13/UE, și îi succede acestuia.</p>		<p>Prevederi UE neaplicabile</p>	
<p>Articolul 9 Independența comitetului</p> <p>În îndeplinirea sarcinilor care îi revin sau în exercitarea competențelor sale, comitetul acționează în mod complet independent. În special, în îndeplinirea sarcinilor care îi revin sau în exercitarea competențelor sale, comitetul nu solicită și nici nu acceptă instrucțiuni de la niciun guvern, organism și de la nicio instituție sau persoană. Acest lucru nu aduce atingere competențelor Comisiei sau ale autorităților sau organismelor naționale de reglementare în conformitate cu prezentul regulament.</p>		<p>Prevederi UE neaplicabile</p>	

<p>Articolul 10 Structura comitetului</p> <p>(1) Comitetul este format din reprezentanți ai autorităților sau ai organismelor naționale de reglementare.</p> <p>(2) Fiecare membru al comitetului dispune de un singur vot.</p> <p>(3) Comitetul adoptă decizii cu o majoritate de două treimi din numărul membrilor săi cu drept de vot.</p> <p>(4) În cazul în care un stat membru dispune de mai multe autorități sau organisme naționale de reglementare, respectivele autorități sau organisme naționale de reglementare se coordonează, după caz, și numesc un reprezentant comun. Reprezentantul comun își exercită dreptul de vot.</p> <p>(5) Comitetul alege un președinte și un vicepreședinte din rândul membrilor săi. Durata mandatului președintelui este de un an, reînnoibil o singură dată. Comitetul poate institui un grup de coordonare. Comitetul este reprezentat de președintele său.</p> <p>(6) Comisia desemnează un reprezentant în cadrul comitetului. Reprezentantul Comisiei poate participa la deliberările comitetului, fără drept de vot. Președintele comitetului informează în permanență Comisia cu privire la activitățile sale.</p> <p>(7) Comitetul poate invita experți și, cu acordul Comisiei, observatori permanenți să participe la reuniunile sale.</p> <p>(8) Comitetul își adoptă regulamentul de procedură, în consultare cu Comisia. Respectivul regulament de procedură include modalitățile de prevenire și gestionare a conflictelor de interese ale membrilor comitetului.</p>		Prevederi UE neaplicabile	
<p>Articolul 11 Secretariatul comitetului</p> <p>(1) Comitetul este asistat de un secretariat. Secretariatul este asigurat de Comisie, ținând seama de nevoile indicate de comitet. Secretariatul dispune de resurse adecvate pentru îndeplinirea sarcinilor sale.</p> <p>(2) Principala sarcină a secretariatului este de a contribui la îndeplinirea în mod independent a sarcinilor comitetului prevăzute în prezentul regulament și în Directiva 2010/13/UE. Secretariatul acționează în conformitate cu instrucțiunile exclusive ale comitetului în ceea ce privește sarcinile care îi revin în temeiul prezentului regulament.</p>		Prevederi UE neaplicabile	

<p>(3) Secretariatul furnizează sprijin administrativ și organizatoric comitetului cu privire la activitățile acestuia. De asemenea, secretariatul asistă comitetul în mod substanțial în îndeplinirea sarcinilor ce îi revin.</p>			
<p><i>Articolul 12</i> Mecanismul de consultare (1) În cazul în care comitetul analizează aspecte care depășesc domeniul sectorului mass-mediei audiovizuale, acesta consultă reprezentanți ai sectoarelor mass-mediei relevante care își desfășoară activitatea la nivelul Uniunii sau la nivel național. (2) Comitetul stabilește, în regulamentul său de procedură, modalitățile de desfășurare a consultărilor astfel cum se menționează la alineatul (1). Aceste modalități asigură posibilitatea de a implica mai mulți reprezentanți, după caz. (3) Atunci când este posibil, comitetul pune la dispoziția publicului rezultatele consultărilor astfel cum se menționează la alineatul (1).</p>		<p>Prevederi UE neaplicabile</p>	
<p><i>Articolul 13</i> Sarcinile comitetului (1) Fără a aduce atingere competențelor conferite Comisiei de tratate, comitetul consiliază și sprijină Comisia cu privire la aspectele legate de serviciile mass-media care intră în sfera de competență a comitetului și promovează aplicarea coerentă și efectivă a prezentului capitol și punerea în aplicare a Directivei 2010/13/UE în întreaga Uniune. Prin urmare, comitetul: (a) furnizează Comisiei expertiză tehnică cu privire la îndeplinirea sarcinii ce îi revine acesteia în materie de asigurare a aplicării coerente și efective a prezentului capitol și a punerii în aplicare a Directivei 2010/13/UE în toate statele membre, fără a aduce atingere sarcinilor ce revin autorităților sau organismelor naționale de reglementare; (b) promovează cooperarea și schimbul eficient de informații, experiență și bune practici între autoritățile sau organismele naționale de reglementare cu privire la aplicarea normelor Uniunii și a normelor naționale aplicabile serviciilor mass-media, inclusiv a prezentului regulament și a Directivei 2010/13/UE, în special în ceea ce privește articolele 3, 4 și 7 din directiva respectivă; (c) la solicitarea Comisiei, emite avize cu privire la aspectele tehnice și de fapt în ceea ce privește articolul 2 alineatul (5c), articolul 3 alineatele (2) și (3), articolul 4</p>		<p>Prevederi UE neaplicabile</p>	

alineatul (4) litera (c) și articolul 28a alineatul (7) din Directiva 2010/13/UE;

(d) în consultare cu Comisia, elaborează avize cu privire la:

(i) cererile de cooperare între autoritățile sau organismele naționale de reglementare, în conformitate cu articolul 14 alineatul (5) din prezentul regulament;

(ii) cererile de măsuri de asigurare a respectării legislației în caz de dezacord între autoritatea sau organismul solicitant și autoritatea sau organismul solicitat, inclusiv cu privire la acțiunile recomandate, în temeiul articolului 15 alineatul (3) din prezentul regulament;

(iii) măsurile naționale privind serviciile mass-media provenite din afara Uniunii, în conformitate cu articolul 17 alineatul (2) din prezentul regulament;

(e) la cererea unui furnizor de servicii mass-media cu care furnizorul unei platforme online foarte mari s-a implicat într-un dialog astfel cum se menționează la articolul 18 alineatul (6) din prezentul regulament, elaborează avize cu privire la rezultatul unui astfel de dialog;

(f) din proprie inițiativă, la cererea Comisiei sau în urma unei cereri justificate și motivate în mod corespunzător a unui furnizor de servicii mass-media care este afectat în mod individual și direct, elaborează avize cu privire la măsurile administrative sau de reglementare care ar putea afecta în mod semnificativ funcționarea furnizorilor de servicii mass-media pe piața internă a serviciilor mass-media, în conformitate cu articolul 21 alineatul (4) din prezentul regulament;

(g) elaborează avize cu privire la proiectele de evaluări sau proiectele de avize ale autorităților sau organismelor naționale de reglementare, în conformitate cu articolul 22 alineatul (5) din prezentul regulament;

(h) din proprie inițiativă sau la cererea Comisiei, elaborează avize cu privire la concentrările pieței mass-mediei care ar putea afecta funcționarea pieței interne a serviciilor mass-media, în conformitate cu articolul 23 alineatul (1) din prezentul regulament;

(i) asistă Comisia în procesul de elaborare a orientărilor cu privire la:

(i) aplicarea prezentului regulament și punerea în aplicare a Directivei 2010/13/UE, în conformitate cu articolul 16 alineatul (2) din prezentul regulament;

(ii) elementele menționate la articolul 22 alineatul (2) literele (a), (b) și (c) din prezentul regulament, în conformitate cu alineatul (3) de la articolul respectiv;

(iii) aplicarea articolului 24 alineatele (1), (2) și (3) din prezentul regulament, în conformitate cu alineatul (4) de la articolul respectiv;

(j) la cererea a cel puțin uneia sau unuia dintre autoritățile sau organismele naționale de reglementare în cauză, are rolul de mediator în cazul unor dezacorduri între autoritățile sau organismele naționale de reglementare, în conformitate cu articolul 15 alineatul (3) din prezentul regulament;

(k) încurajează cooperarea în ceea ce privește standardele armonizate referitoare la proiectarea dispozitivelor sau a interfețelor cu utilizatorul sau a semnalelor digitale transmise de astfel de dispozitive, în conformitate cu articolul 20 alineatul (5) din prezentul regulament;

(l) coordonează măsurile relevante luate de autoritățile sau organismele naționale de reglementare în cauză în ceea ce privește diseminarea sau accesul la conținuturi ale unor servicii mass-media provenite din afara Uniunii care vizează sau ajung la publicul din Uniune, în cazul în care astfel de servicii mass-media aduc atingere sau prezintă un risc major și grav de a aduce atingere securității publice, în conformitate cu articolul 17 alineatul (1) din prezentul regulament și elaborează, în consultare cu Comisia, un set de criterii, astfel cum se menționează la alineatul (4) de la articolul respectiv;

(m) organizează un dialog structurat între furnizorii de platforme online foarte mari și reprezentanții furnizorilor de servicii mass-media și ai societății civile și raportează Comisiei rezultatele unui astfel de dialog, în conformitate cu articolul 19 din prezentul regulament;

(n) încurajează schimbul de bune practici legate de instalarea sistemelor de măsurare a audienței, în conformitate cu articolul 24 alineatul (5) din prezentul regulament.

(o) face schimb de experiență și de bune practici privind educația în domeniul mass-mediei, inclusiv pentru a încuraja dezvoltarea și utilizarea unor măsuri și instrumente eficiente de consolidare a educației în domeniul mass-mediei;

(p) elaborează un raport anual detaliat privind activitățile și sarcinile sale.

<p>Comitetul pune la dispoziția publicului raportul anual detaliat menționat la litera (p) de la primul paragraf. Atunci când este invitat să facă acest lucru, președintele prezintă raportul respectiv Parlamentului European.</p> <p>(2) În cazul în care Comisia solicită consiliere sau emiterea de avize din partea comitetului, aceasta poate indica un termen, cu excepția cazului în care se prevede altfel în dreptul Uniunii, ținând seama de caracterul urgent al chestiunii.</p> <p>(3) Comitetul transmite rezultatele sale comitetului de contact instituit prin articolul 29 alineatul (1) din Directiva 2010/13/UE (denumit în continuare „comitetul de contact”).</p>			
<p><i>Articolul 14</i> Cooperarea structurată</p> <p>(1) O autoritate sau un organism național de reglementare (denumită în continuare „autoritate solicitantă”) poate solicita în orice moment uneia sau mai multor alte autorități sau organisme naționale de reglementare (denumite în continuare „autorități solicitate”) să coopereze cu aceasta, inclusiv prin schimb de informații sau prin asistență reciprocă, pentru aplicarea coerentă și efectivă a prezentului capitol sau pentru punerea în aplicare a Directivei 2010/13/UE.</p> <p>(2) O cerere de cooperare conține toate informațiile necesare referitoare la aceasta, inclusiv scopul și motivele care stau la baza cererii de cooperare.</p> <p>(3) Autoritatea solicitată poate refuza să dea curs unei cereri de cooperare exclusiv în următoarele cazuri:</p> <p>(a) nu are competență în ceea ce privește obiectul cererii de cooperare sau pentru a furniza tipul de cooperare solicitată;</p> <p>(b) executarea cererii de cooperare ar încălca prezentul regulament, Directiva 2010/13/UE sau alte acte legislative ale Uniunii ori dreptul intern care este conform cu dreptul Uniunii și sub incidența căruia intră autoritatea solicitată;</p> <p>(c) domeniul de aplicare sau obiectul cererii de cooperare nu a fost justificat în mod corespunzător sau este disproporționat. Autoritatea solicitată își motivează, fără întârzieri nejustificate, refuzul de a da curs unei cereri de cooperare. În cazul în care autoritatea solicitantă a refuzat o cerere de cooperare în temeiul primului paragraf litera (a), aceasta indică, dacă este posibil, autoritatea competentă.</p>	<p>Art. 75, alin. (4) lit. f) și art. 85 al Codului serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova nr. 174/2018:</p> <p>Articolul 75. Atribuțiile Consiliului Audiovizualului (4) Consiliul Audiovizualului: f) cooperează cu alte autorități publice și instituții competente din Republica Moldova în vederea aplicării legislației din domeniul audiovizualului;</p> <p>Articolul 85. Cooperarea cu alte autorități publice (1) În vederea exercitării atribuțiilor, Consiliul Audiovizualului cooperează cu autoritățile publice din Republica Moldova. (2) Procedura și condițiile de cooperare cu autoritățile publice sînt stabilite prin acorduri de cooperare, care sînt publicate pe paginile web oficiale ale părților contractante. (3) - abrogat. (4) - abrogat. (5) - abrogat. (6) - abrogat. (7) - abrogat. (8) Consiliul Audiovizualului, în raportul anual de activitate, reflectă rezultatele cooperării cu alte autorități publice.</p>	<p>Compatibil</p>	

<p>(4) Autoritatea solicitată depune toate eforturile pentru a da curs unei cereri de cooperare și a formula un răspuns la aceasta fără întârzieri nejustificate și furnizează actualizări periodice cu privire la progresele înregistrate în ceea ce privește executarea cererii.</p> <p>(5) În cazul în care autoritatea solicitantă consideră că autoritatea solicitată nu a dat curs sau nu a răspuns în mod suficient cererii sale de cooperare, aceasta informează autoritatea solicitată fără întârzieri nejustificate, explicând motivele care stau la baza poziției sale. În cazul în care autoritatea solicitantă și autoritatea solicitată nu ajung la un acord cu privire la cererea de cooperare, oricare dintre acestea poate sesiza comitetul. În conformitate cu termenele care urmează să fie stabilite de comitet în regulamentul său de procedură, comitetul emite, în consultare cu Comisia, un aviz cu privire la această chestiune, inclusiv cu privire la acțiunile recomandate. Autoritățile în cauză depun toate eforturile pentru a ține seama de avizul comitetului.</p> <p>(6) În cazul în care o autoritate solicitantă consideră că există un risc major și grav de limitare a libertății de a furniza sau de a primi servicii mass-media pe piața internă sau un risc major și grav de a aduce atingere siguranței publice, aceasta poate transmite o cerere unei autorități solicitante pentru a asigura o cooperare accelerată, asigurând în același timp respectarea drepturilor fundamentale, în special a libertății de exprimare, inclusiv în scopul asigurării aplicării efective a măsurilor naționale menționate la articolul 3 din Directiva 2010/13/UE. Autoritatea solicitată răspunde cererilor de cooperare accelerată și face tot posibilul pentru a da curs acestor cereri în termen de 14 de zile calendaristice.</p> <p>Alineatele (2), (3) și (5) din prezentul articol se aplică mutatis mutandis cererilor de cooperare accelerată.</p> <p>(7) Comitetul stabilește în regulamentul său de procedură detaliile suplimentare privind procedura de cooperare structurată astfel cum se menționează la prezentul articol.</p>			
<p><i>Articolul 15</i></p> <p>Cereri de asigurare a respectării obligațiilor de către furnizorii de platforme de partajare a materialelor video</p> <p>(1) Fără a aduce atingere articolului 3 din Directiva 2000/31/CE, autoritatea solicitantă poate transmite o cerere justificată în mod corespunzător unei autorități solicitate care este competentă în ceea ce privește obiectul cererii să ia măsurile necesare și proporționale pentru</p>		<p>Prevederi UE neaplicabile</p>	

<p>asigurarea respectării efective a obligațiilor impuse furnizorilor de platforme de partajare a materialelor video în temeiul articolului 28b alineatele (1), (2) și (3) din Directiva 2010/13/UE.</p> <p>(2) Autoritatea solicitată informează autoritatea solicitantă, fără întârzieri nejustificate, cu privire la acțiunile pe care le-a întreprins sau intenționează să le întreprindă sau cu privire la motivele pentru care nu au fost întreprinse acțiuni, ca urmare a unei cereri de asigurare a respectării obligațiilor formulate în temeiul alineatului (1). Comitetul stabilește termenele în acest scop în regulamentul său de procedură.</p> <p>(3) În cazul unui dezacord între autoritatea solicitantă și autoritatea solicitată cu privire la acțiunile întreprinse sau planificate sau la inacțiunea ca urmare a unei cereri de asigurare a respectării obligațiilor în temeiul alineatului (1), oricare dintre autorități poate sesiza comitetul cu o cerere de mediere în scopul identificării unei soluții amiabile.</p> <p>În cazul neidentificării unei soluții amiabile în urma medierii de către comitet, autoritatea solicitantă sau autoritatea solicitată pot cere comitetului să emită aviz cu privire la această chestiune. În avizul său, comitetul evaluează dacă cererii de asigurare a respectării obligațiilor în temeiul alineatului (1) i s-a dat curs în mod suficient. În cazul în care comitetul consideră că autoritatea solicitată nu a dat curs în mod suficient cererii de asigurare a respectării obligațiilor, comitetul recomandă acțiuni pentru a da curs cererii. Comitetul emite avizul, în consultare cu Comisia, fără întârzieri nejustificate.</p> <p>(4) După primirea unui aviz astfel cum se menționează la alineatul (3) al doilea paragraf, autoritatea solicitată informează, fără întârzieri nejustificate și într-un termen care urmează să fie stabilit de comitet în regulamentul său de procedură, comitetul, Comisia și organismul solicitant cu privire la acțiunile întreprinse sau planificate în legătură cu avizul.</p>			
<p>Articolul 16 Orientări privind aspecte de reglementare a mass-mediei</p> <p>(1) Comitetul încurajează schimbul de bune practici între autoritățile sau organismele naționale de reglementare, consultând părțile interesate, după caz, cu privire la aspectele în materie de reglementare, tehnice sau practice relevante pentru aplicarea coerentă și efectivă</p>		<p>Prevederi UE neaplicabile</p>	

<p>a prezentului capitol și punerea în aplicare a Directivei 2010/13/UE.</p> <p>(2) În cazul în care Comisia emite orientări referitoare la aplicarea prezentului regulament sau la punerea în aplicare a Directivei 2010/13/UE, comitetul îi oferă asistență prin furnizarea de expertiză cu privire la aspectele în materie de reglementare, tehnice sau practice, în special în ceea ce privește:</p> <p>(a) vizibilitatea corespunzătoare a serviciilor mass-media audiovizuale de interes general, în temeiul articolului 7a din Directiva 2010/13/UE;</p> <p>(b) punerea la dispoziție a informațiilor privind structura de proprietate a furnizorilor de servicii mass-media, astfel cum se prevede la articolul 5 alineatul (2) din Directiva 2010/13/UE și la articolul 6 alineatul (1) din prezentul regulament.</p> <p>În cazul în care Comisia emite orientări referitoare la punerea în aplicare a Directivei 2010/13/UE, aceasta consultă comitetul de contact.</p> <p>(3) În cazul în care Comisia emite un aviz cu privire la un aspect legat de aplicarea prezentului regulament sau de punerea în aplicare a Directivei 2010/13/UE, comitetul asistă Comisia.</p>			
<p><i>Articolul 17</i></p> <p>Coordonarea măsurilor privind serviciile mass-media care provin din afara Uniunii</p> <p>(1) Fără a duce atingere articolului 3 din Directiva 2010/13/UE, comitetul, la cererea autorităților sau organismelor naționale de reglementare sau a organismelor din cel puțin două state membre, coordonează măsurile relevante luate de autoritățile sau organismele naționale de reglementare în cauză în ceea ce privește diseminarea sau accesul la serviciile mass-media provenite din afara Uniunii sau furnizate de furnizorii de servicii mass-media stabiliți în afara Uniunii care, indiferent de mijloacele lor de distribuție sau de mijloacele prin care pot fi accesate, vizează sau ajung la publicul din Uniune în cazul în care, printre altele, având în vedere controlul care ar putea fi exercitat de țări terțe asupra lor, aceste servicii mass-media aduc atingere sau prezintă un risc major și grav de a aduce atingere securității publice.</p> <p>(2) Comitetul, în consultare cu Comisia, poate emite avize cu privire la măsurile adecvate astfel cum se menționează la alineatul (1). Fără a aduce atingere competențelor lor în temeiul dreptului intern, autoritățile</p>		<p>Prevederi UE neaplicabile</p>	

<p>naționale competente în cauză, inclusiv autoritățile sau organismele naționale de reglementare, depun toate eforturile pentru a ține seama de avizele comitetului.</p> <p>(3) Statele membre se asigură că autoritățile sau organismele naționale de reglementare în cauză nu sunt împiedicate să ia în considerare un aviz emis de comitet în temeiul alineatului (2) atunci când intenționează să ia măsuri, astfel cum se menționează la alineatul (1), împotriva unui furnizor de servicii mass-media.</p> <p>(4) Comitetul, în consultare cu Comisia, elaborează un set de criterii destinate utilizării de către autoritățile sau organismele naționale de reglementare atunci când își exercită competențele de reglementare asupra furnizorilor de servicii mass-media astfel cum se menționează la alineatul (1). Autoritățile sau organismele naționale de reglementare depun toate eforturile pentru a ține seama de criteriile respective.</p>			
<p>Articolul 18 Conținutul furnizorilor de servicii mass-media pe platformele online foarte mari</p> <p>(1) Furnizorii de platforme online foarte mari trebuie să asigure o funcționalitate care să le permită destinatarilor serviciilor lor:</p> <p>(a) să declare că sunt furnizori de servicii mass-media;</p> <p>(b) să declare că respectă articolul 6 alineatul (1);</p> <p>(c) să declare că sunt independenți din punct de vedere editorial de statele membre, de partidele politice, de țările terțe și de entitățile controlate sau finanțate de țări terțe;</p> <p>(d) să declare că sunt supuși unor cerințe reglementare pentru exercitarea responsabilității editoriale în unul sau mai multe state membre și sunt supravegheați de o autoritate sau un organism național de reglementare competent sau că aderă la un mecanism de coreglementare sau de autoreglementare care reglementează standardele editoriale, care este recunoscut pe scară largă și acceptat în sectorul mass-mediei relevant din unul sau mai multe state membre;</p> <p>(e) să declare că nu furnizează conținut generat de sisteme de inteligență artificială fără a-l supune revizuirii umane sau controlului editorial;</p> <p>(f) să furnizeze denumirea legală și datele de contact ale acestora, inclusiv o adresă de e-mail, prin care furnizorul platformei online foarte mari să poată comunica rapid și direct cu aceștia; și</p>		<p>Prevederi UE neaplicabile</p>	

(g) să furnizeze datele de contact ale autorităților sau organismelor naționale de reglementare relevante sau ale reprezentanților mecanismelor de coreglementare sau de autoreglementare menționate la litera (d).

În cazul în care există o îndoială întemeiată cu privire la respectarea de către furnizorul de servicii mass-media a primului paragraf litera (d), furnizorul unei platforme online foarte mari solicită confirmarea cu privire la această chestiune de la autoritatea sau organismul național de reglementare relevant sau de la mecanismul de coreglementare sau de autoreglementare relevant.

(2) Furnizorii de platforme online foarte mari se asigură că informațiile declarate în temeiul alineatului (1), cu excepția informațiilor prevăzute la alineatul (1) primul paragraf litera (f), sunt puse la dispoziția publicului într-un mod ușor accesibil pe interfața lor online.

(3) Furnizorii de platforme online foarte mari confirmă primirea declarațiilor transmise în temeiul alineatului (1) și furnizează datele lor de contact, inclusiv o adresă de e-mail, prin care furnizorul de servicii mass-media poate comunica direct și rapid cu aceștia.

Furnizorii de platforme online foarte mari trebuie să indice, fără întârzieri nejustificate, dacă acceptă sau resping declarațiile transmise în temeiul alineatului (1).

(4) În cazul în care un furnizor al unei platforme online foarte mari intenționează să ia o decizie de suspendare a furnizării serviciilor sale de intermediere online în legătură cu conținutul pus la dispoziție de un furnizor de servicii mass-media care a transmis o declarație în temeiul alineatului (1) din prezentul articol, sau o decizie de restricționare a vizibilității unui astfel de conținut, pe motiv că un astfel de conținut este incompatibil cu termenele și condițiile sale, înainte de intrarea în vigoare a unei astfel de decizii de suspendare sau de restricționare a vizibilității, acesta:

(a) comunică furnizorului de servicii mass-media în cauză o justificare astfel cum se menționează la articolul 4 alineatul (1) din Regulamentul (UE) 2019/1150 și la articolul 17 din Regulamentul (UE) 2022/2065 pentru decizia sa preconizată de suspendare sau restricționare a vizibilității; și

(b) oferă furnizorului de servicii mass-media posibilitatea de a răspunde la justificarea menționată la primul paragraf litera (a) de la prezentul alineat în termen de 24 de ore de la primirea acesteia sau, în cazul unei

crize, astfel cum se menționează la articolul 36 alineatul (2) din Regulamentul (UE) 2022/2065, într-un interval de timp mai scurt care să îi acorde furnizorului de servicii mass-media suficient timp pentru a răspunde în mod semnificativ.

În cazul în care, în urma sau în absența unui răspuns astfel cum se menționează la primul paragraf litera (b), furnizorul unei platforme online foarte mari ia decizia de suspendare sau de restricționare a vizibilității, acesta informează furnizorul de servicii mass-media în cauză fără întârzieri nejustificate.

Prezentul alineat nu se aplică în cazul în care furnizorii de platforme online foarte mari suspendă furnizarea serviciilor lor în legătură cu conținutul pus la dispoziție de un furnizor de servicii mass-media sau restricționează vizibilitatea unui astfel de conținut în conformitate cu obligațiile care le revin în temeiul articolelor 28, 34 și 35 din Regulamentul (UE) 2022/2065 și al articolului 28b din Directiva 2010/13/UE sau cu obligațiile care le revin în legătură cu conținutul ilegal în temeiul dreptului Uniunii.

(5) Furnizorii de platforme online foarte mari iau toate măsurile de natură tehnică și organizatorică necesare pentru a se asigura că reclamațiile formulate de către furnizorii de servicii mass-media în temeiul articolului 11 din Regulamentul (UE) 2019/1150 sau al articolului 20 din Regulamentul (UE) 2022/2065 sunt prelucrate și soluționate cu prioritate și fără întârzieri nejustificate. Un furnizor de servicii mass-media poate fi reprezentat de un organism în cadrul procesului intern de soluționare a reclamațiilor menționat la articolele respective.

(6) În cazul în care un furnizor de servicii mass-media care a transmis o declarație în temeiul alineatului (1) consideră că un furnizor al unei platforme online foarte mari a restricționat sau a suspendat în mod repetat, fără motive suficiente, furnizarea serviciilor sale în legătură cu conținutul pus la dispoziție de furnizorul de servicii mass-media, furnizorul platformei online foarte mari se angajează într-un dialog semnificativ și eficace cu furnizorul de servicii mass-media, la cererea acestuia, cu bună-credință, în vederea identificării unei soluții amiabile, într-un termen rezonabil, pentru încetarea restricțiilor sau suspendărilor nejustificate și pentru evitarea acestora în viitor. Furnizorul de servicii mass-media poate informa comitetul și Comisia cu privire la

<p>rezultatul și detaliile unui astfel de dialog. Furnizorul de servicii mass-media poate solicita comitetului să emită un aviz cu privire la rezultatul unui astfel de dialog, inclusiv, dacă este cazul, cu privire la acțiunile recomandate pentru furnizorul platformei online foarte mari. Comitetul informează Comisia cu privire la avizul său.</p> <p>(7) În cazul în care un furnizor al unei platforme online foarte mari respinge sau invalidează o declarație a unui furnizor de servicii mass-media depusă în temeiul alineatului (1) de la prezentul articol sau în cazul în care nu a fost găsită nicio soluție amiabilă în urma unui dialog în temeiul alineatului (6) de la prezentul articol, furnizorul de servicii mass-media în cauză poate recurge la mediere în temeiul articolului 12 din Regulamentul (UE) 2019/1150 sau la soluționarea alternativă a litigiilor în temeiul articolului 21 din Regulamentul (UE) 2022/2065. Furnizorul de servicii mass-media în cauză poate informa comitetul cu privire la rezultatul respectivei medieri sau soluționări alternative a litigiilor.</p> <p>(8) Furnizorul unei platforme online foarte mari pune anual la dispoziția publicului informații detaliate cu privire la:</p> <p>(a) numărul de cazuri în care a impus restricții sau suspendări pe motiv de incompatibilitate cu termenele și condițiile sale a conținutului pus la dispoziție de un furnizor de servicii mass-media care a depus o declarație în temeiul alineatului (1);</p> <p>(b) motivele pentru impunerea unor astfel de restricții sau suspendări, inclusiv clauzele specifice din termenele și condițiile sale cu care conținutul furnizorului de servicii mass-media a fost considerat incompatibil;</p> <p>(c) numărul de dialoguri cu furnizorii de servicii mass-media în temeiul alineatului (6);</p> <p>(d) numărul de cazuri în care a respins declarațiile depuse de un furnizor de servicii mass-media în temeiul alineatului (1) și motivele respingerii;</p> <p>(e) numărul de cazuri în care a invalidat o declarație depusă de un furnizor de servicii mass-media în temeiul alineatului (1) și motivele invalidării.</p> <p>(9) Pentru a facilita punerea în aplicare coerentă și efectivă a prezentului articol, Comisia emite orientări pentru a facilita punerea în aplicare efectivă a funcționalității menționate la alineatul (1).</p>			
<p><i>Articolul 19</i> Dialogul structurat</p>		<p>Prevederi UE neaplicabile</p>	

<p>(1) Comitetul organizează periodic un dialog structurat între furnizorii de platforme online foarte mari, reprezentanții furnizorilor de servicii mass-media și reprezentanții societății civile pentru:</p> <p>(a) a discuta experiența și cele mai bune practici în aplicarea articolului 18, inclusiv în ceea ce privește funcționarea platformelor online foarte mari și procesele lor de moderare a conținutului furnizat de furnizorii de servicii mass-media;</p> <p>(b) a promova accesul la diverse oferte de mass-media independentă pe platformele online foarte mari; și</p> <p>(c) a monitoriza aderarea la inițiativele de autoreglementare menite să protejeze utilizatorii împotriva conținutului nociv, inclusiv împotriva dezinformării și a acțiunilor străine de manipulare a informațiilor și a ingerințelor străine.</p> <p>(2) Comitetul raportează Comisiei cu privire la rezultatele dialogurilor structurate astfel cum se menționează la alineatul (1). Dacă este posibil, comitetul pune la dispoziția publicului rezultatele unor astfel de dialoguri structurate.</p>			
<p><i>Articolul 20</i></p> <p>Dreptul de a personaliza oferta mass-media</p> <p>(1) Utilizatorii au dreptul de a modifica cu ușurință configurația, inclusiv setările implicite, a oricărui dispozitiv sau a oricărei interfețe cu utilizatorul care controlează sau gestionează accesul la serviciile mass-media care furnizează programe și utilizarea acestora, pentru a personaliza oferta mass-media în concordanță cu interesele sau preferințele lor în conformitate cu dreptul Uniunii. Prezentul alineat nu aduce atingere măsurilor naționale de punere în aplicare a articolului 7a sau 7b din Directiva 2010/13/UE.</p> <p>(2) Atunci când introduc pe piață dispozitivele și interfețele cu utilizatorul astfel cum se menționează la alineatul (1), producătorii, dezvoltatorii și importatorii se asigură că aceste dispozitive și interfețe cu utilizatorul includ o funcționalitate care permite utilizatorilor să modifice în mod liber, fără impedimente și oricând configurația lor, inclusiv setările implicite care controlează sau gestionează accesul la serviciile mass-media oferite și utilizarea acestora.</p> <p>(3) Producătorii, dezvoltatorii și importatorii de dispozitive și interfețe cu utilizatorul astfel cum se menționează la alineatul (1) se asigură că identitatea vizuală a furnizorilor de servicii mass-media, la ale căror</p>		<p>Prevederi UE netranspuse</p>	<p>Articolul 20 se aplică de la 8 mai 2027 și este necesară o analiză aprofundată a experienței aplicării acestuia de către statele membre.</p>

<p>servicii le oferă acces dispozitivele și interfețele cu utilizatorul, este vizibilă în mod permanent și clar pentru utilizatori.</p> <p>(4) Statele membre iau măsurile corespunzătoare pentru a se asigura că producătorii, dezvoltatorii și importatorii de dispozitive și interfețe cu utilizatorul astfel cum se menționează la alineatul (1) respectă alineatele (2) și (3).</p> <p>(5) Comitetul încurajează cooperarea dintre furnizorii de servicii mass-media, organismele de standardizare sau orice alte părți interesate relevante pentru a promova elaborarea de standarde armonizate referitoare la proiectarea dispozitivelor sau a interfețelor astfel cum se menționează la alineatul (1) sau la semnalele digitale transmise de astfel de dispozitive.</p>			
<p>Articolul 21 Măsuri naționale care îi afectează pe furnizorii de servicii mass-media</p> <p>(1) Măsurile legislative, de reglementare sau administrative luate de un stat membru care pot afecta pluralismul mass-mediei sau independența editorială a furnizorilor de servicii mass-media care își desfășoară activitatea pe piața internă sunt justificate în mod corespunzător și proporționale. Aceste măsuri sunt motivate, transparente, obiective și nediscriminatorii.</p> <p>(2) Orice procedură națională utilizată în scopul adoptării unei măsuri administrative, astfel cum se menționează la alineatul (1), respectă termene stabilite în prealabil. Astfel de proceduri se desfășoară fără întârzieri nejustificate.</p> <p>(3) Orice furnizor de servicii mass-media care este supus unei măsuri de reglementare sau administrative astfel cum se menționează la alineatul (1) care îl privește în mod individual și direct are dreptul la o cale de atac împotriva măsurii respective în fața unui organism de apel. Organismul respectiv, care poate fi o instanță, este independent de părțile implicate și de orice intervenție externă sau presiune politică de natură să pună în pericol evaluarea sa independentă a chestiunilor care îi sunt sesizate. Acesta dispune de expertiza corespunzătoare pentru a-i permite să își îndeplinească funcțiile în mod eficace și în timp util.</p> <p>(4) În cazul în care o măsură de reglementare sau administrativă astfel cum se menționează la alineatul (1) este de natură să afecteze în mod semnificativ funcționarea furnizorilor de servicii mass-media pe piața internă, comitetul, din proprie inițiativă, la cererea</p>	<p>Codului serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova nr. 174/2018:</p> <p>Articolul 25. Licența de emisie</p> <p>(3²) În termen de 30 de zile de la data depunerii cererii prevăzute la alin. (3¹), Consiliul Audiovizualului eliberează sau refuză, printr-o decizie motivată, eliberarea licenței de emisie. Termenul respectiv poate fi prelungit prin decizia Consiliului Audiovizualului cu cel mult 30 de zile.</p> <p>Articolul 26. Prolungirea valabilității licenței de emisie</p> <p>(8) Furnizorul de servicii media a cărui cerere de prelungire a valabilității licenței de emisie nu a fost acceptată este în drept să conteste decizia Consiliului Audiovizualului în instanța de judecată. În acest caz, Consiliul Audiovizualului va acționa în funcție de hotărârea judecătorească rămasă definitivă.</p> <p>Articolul 54. Autorizația de retransmisiune</p> <p>(3) În termen de 30 de zile de la data depunerii cererii, Consiliul Audiovizualului eliberează sau refuză eliberarea autorizației de retransmisiune printr-o decizie motivată, care se publică pe pagina web oficială a consiliului.</p> <p>Articolul 80. Organizarea și funcționarea Consiliului Audiovizualului</p> <p>(3) Ședințele Consiliului Audiovizualului sînt deliberative cu prezența a cel puțin 5 membri. Consiliul Audiovizualului adoptă decizii cu votul a cel puțin 4 membri, cu excepția cazurilor prevăzute de prezentul cod. Toate deciziile Consiliului Audiovizualului sînt motivate.</p>	<p>Compatibil</p>	

Comisiei sau la cererea justificată și motivată în mod corespunzător a unui furnizor de servicii mass-media care este afectat de o astfel de măsură în mod individual și direct, elaborează un aviz cu privire la măsura respectivă. Fără a aduce atingere competențelor care îi revin în temeiul tratatelor, Comisia poate emite propriul aviz cu privire la această chestiune. Comitetul și Comisia își pun avizele la dispoziția publicului.

(5) În scopul elaborării unui aviz în temeiul alineatului (4), comitetul și, după caz, Comisia, pot solicita informații relevante de la o autoritate sau un organism național care a adoptat o măsură de reglementare sau administrativă astfel cum se menționează la alineatul (1) care afectează un furnizor de servicii mass-media în mod individual și direct. Autoritatea sau organismul național în cauză furnizează informațiile respective fără întârzieri nejustificate prin mijloace electronice.

Articolul 84. Sancțiuni

(1) Furnizorii de servicii media, furnizorii de servicii de platformă de partajare a materialelor video și distribuitorii de servicii media poartă răspundere pentru încălcarea legislației în domeniul audiovizualului, în conformitate cu prezentul cod și cu legislația în vigoare.

(2) Pentru încălcarea prevederilor prezentului cod, Consiliul Audiovizualului aplică sancțiuni, stabilite în mod individual, de la avertizare publică până la retragerea licenței de emisie/autorizației de retransmisie, în funcție de gravitatea încălcării, de efectele acesteia, precum și de frecvența încălcărilor comise în ultimele 12 luni. La stabilirea gravității încălcării și a efectelor acesteia, Consiliul Audiovizualului ia în considerare cel puțin următoarele criterii: clasificarea, tipul și, după caz, audiența serviciului media audiovizual.

(3) Se sancționează cu amendă de la 1 000 la 100 000 de lei furnizorii de servicii media care au comis următoarele încălcări:

- a) nerespectarea prevederilor art. 4 alin. (3)–(4) și (6)–(9), ale art. 5 alin. (2), ale art. 6 alin. (4)–(6), ale art. 13–15, ale art. 16 alin. (3), ale art. 19 alin. (2)–(6), ale art. 20 alin. (5), (10) și (11), ale art. 22, ale art. 24 alin. (2) și (3), ale art. 63 alin. (6) din prezentul cod;
- b) nerespectarea prevederilor art. 89 alin. (2)–(5) și ale art. 90 alin. (1)–(14) din Codul electoral nr. 325/2022;
- c) refuzul de a se supune controlului, refuzul de a permite accesul în spațiile în care aceștia își desfășoară activitatea, refuzul de a pune la dispoziția reprezentanților împuterniciți documentele solicitate și/sau înregistrările programelor audiovizuale difuzate/furnizate;
- d) neprezentarea, până la data de 31 martie a anului următor celui de gestiune, a rapoartelor de activitate anuale sau respingerea acestora de către Consiliul Audiovizualului;
- e) utilizarea ilegală a semnalelor și/sau a siglei altui furnizor de servicii media;
- f) nerespectarea prevederilor privind comunicarea motivelor și a obiectului sancțiunii, prevăzute la alin. (12)–(13);
- g) transmisiunea serviciilor media audiovizuale cu încălcarea prevederilor licenței de emisie;
- h) nerespectarea concepției generale a serviciului media audiovizual, aprobată de către Consiliul Audiovizualului;
- i) nerespectarea prevederilor privind condițiile de furnizare a comunicărilor comerciale audiovizuale prevăzute la art. 63 alin.(2)–(4), art. 64, 65, art. 66 alin. (1)–(5), art. 67 alin. (1), (3) și (4), art. 68 alin. (1)–(3) și art. 69–71;

j) omiterea publicării pe paginile web a rapoartelor de activitate pentru anul precedent în termen de 3 de zile din data aprobării rapoartelor respective de către Consiliul Audiovizualului;

k) utilizarea tehnicii mesajelor subliminale în cadrul spoturilor de publicitate sau al teleshoppingului;

l) nerespectarea obligației de a asigura transparența politicii editoriale și a proprietății furnizorilor de servicii media, prevăzută la art. 21, precum și a regimului juridic al proprietății, prevăzut la art. 28 alin. (2)–(13) și la art. 29 alin. (7);

m) transmisiunea serviciilor media audiovizuale fără licență de emisie sau fără autorizație de retransmisiune;

n) transmisiunea serviciilor media audiovizuale în afara zonei de acoperire specificate în licența de emisie;

o) nerespectarea deciziilor Consiliului Audiovizualului.

(4) Se sancționează cu amendă de la 1 000 la 100 000 de lei distribuitorii de servicii media care au comis următoarele încălcări:

a) retransmisiunea serviciilor media audiovizuale cu încălcarea prevederilor art. 53–56;

b) refuzul de a se supune controlului, refuzul de a permite accesul în spațiile în care aceștia își desfășoară activitatea, refuzul de a crea condiții de vizionare a ofertei de servicii media audiovizuale retransmise sau de a pune la dispoziția reprezentanților împuterniciți documentele solicitate;

c) nerespectarea ofertei de servicii media audiovizuale retransmise, aprobată de Consiliul Audiovizualului;

d) neprezentarea, până la data de 31 martie a anului următor celui de gestiune, a rapoartelor de activitate anuale sau respingerea acestora de către Consiliul Audiovizualului;

e) nerespectarea prevederilor privind comunicarea motivelor și a obiectului sancțiunii, prevăzute la alin. (12) și (14);

f) retransmisiunea serviciilor media audiovizuale cu încălcarea prevederilor autorizației de retransmisiune;

g) retransmisiunea serviciilor media audiovizuale fără autorizație de retransmisiune;

h) retransmisiunea serviciilor media audiovizuale în afara zonei de acoperire specificate în autorizația de retransmisiune;

i) nerespectarea deciziilor Consiliului Audiovizualului.

(5) În cazul în care Consiliul Audiovizualului decide că efectele unei încălcări prevăzute la alin. (3) și (4) sunt minore, acesta aplică sancțiunea de avertizare publică și/sau adresează o notificare publică de intrare în legalitate în termenul indicat.

(6) În cazul în care în cadrul unui control sunt constatate mai multe încălcări prevăzute la alin. (3) și (4), Consiliul Audiovizualului stabilește sancțiunea definitivă pentru concurs de încălcări prin cumul, care nu poate depăși suma de 100 000 de lei.

(7) În cazul în care furnizorul de servicii media, în decursul unui an, a comis de trei sau mai multe ori încălcări dintre cele specificate la alin. (3), care sunt de natură să dăuneze interesului public, Consiliul Audiovizualului poate aplica, drept sancțiune complementară, suspendarea dreptului de a difuza comunicări comerciale audiovizuale pentru o perioadă de cel mult 7 zile.

(8) Se sancționează cu suspendarea licenței de emisie pentru o perioadă de cel mult 7 zile furnizorul de servicii media care a încălcat decizia Consiliului Audiovizualului privind suspendarea dreptului de a difuza comunicări comerciale audiovizuale prevăzută la alin. (7).

(9) Se sancționează cu amendă de la 50 000 la 100 000 de lei furnizorii de servicii media și distribuitorii de servicii media care au încălcat prevederile art. 11 alin. (2) și/sau ale art. 17. Pentru încălcarea repetată a prevederilor respective, amenda constituie de la 100 000 la 200 000 de lei. Furnizorii de servicii media neliniari trebuie să elimine, în termenul indicat de Consiliul Audiovizualului, conținutul audiovizual ilegal pentru difuzarea căruia au fost sancționați.

(10) Se sancționează cu suspendarea licenței de emisie sau a autorizației de retransmisiune, pe o perioadă de cel mult 7 zile, sau, după caz, cu privarea dreptului de a utiliza multiplexul cu acoperire națională furnizorii de servicii media sau distribuitorii de servicii media care, după ce au fost sancționați repetat, conform alin. (9) din prezentul articol, pentru încălcarea prevederilor art. 11 alin. (2) și/sau ale art. 17 ori a prevederilor art. 17¹, în decurs de 12 luni de la ultima sancțiune, au încălcat din nou prevederile art. 11 alin. (2) și/sau ale art. 17 ori, respectiv, prevederile art. 17¹.

(11) Se sancționează cu suspendarea licenței de emisie sau a autorizației de retransmisiune, pe o perioadă de cel mult două luni, furnizorul de servicii media sau distribuitorul de servicii media care a comis de cel puțin 5 ori aceeași încălcare, prevăzută la alin. (3) și (4) din prezentul articol, sau de cel puțin 4 ori încălcarea prevederilor art. 11 alin. (2) și/sau ale art. 17 ori a prevederilor art. 17¹. Suspendarea licenței de emisie sau a autorizației de retransmisiune se aplică după ce au fost aplicate sancțiunile prevăzute la alin. (7)–(10) din prezentul articol.

	<p>(12) Furnizorul de servicii media sau distribuitorul de servicii media căruia i s-a aplicat una dintre sancțiunile prevăzute de prezentul articol are obligația de a comunica publicului motivele și obiectul sancțiunii, în modul indicat de Consiliul Audiovizualului în decizia privind aplicarea sancțiunii.</p> <p>(13) Textul sancțiunii se difuzează în următoarele 48 de ore de la data adoptării deciziei privind aplicarea sancțiunii, sonor și/sau vizual, de cel puțin 3 ori, în orele de maximă audiență, dintre care o dată în cadrul principalului program audiovizual de știri, în cazul serviciilor media audiovizuale generaliste și/sau serviciilor media audiovizuale de știri, în conformitate cu decizia respectivă a Consiliului Audiovizualului.</p> <p>(14) Distribuitorul de servicii media sancționat se obligă să plaseze textul sancțiunii pe pagina sa web în termen de 24 de ore și să-l mențină timp de 7 zile, în conformitate cu decizia Consiliului Audiovizualului cu privire la aplicarea sancțiunii.</p> <p>(15) Licența de emisie este retrasă în condițiile art. 27, iar autorizația de retransmisiune – în condițiile art. 54 alin. (7).</p> <p>(16) Deciziile Consiliului Audiovizualului pot fi contestate în instanța de judecată în conformitate cu prevederile Codului administrativ, fără respectarea procedurii prealabile.</p> <p>(17) În vederea protejării spațiului audiovizual național, instanța de judecată examinează litigiile care reies din încălcarea prevederilor art. 4, ale art. 11 alin. (2) și ale art. 17, precum și a prevederilor art. 17¹, în termen de 30 de zile de la data acceptării acțiunii.</p>		
<p><i>Articolul 22</i> Evaluarea concentrărilor pieței mass-mediei (1) Statele membre prevăd în dreptul intern norme de fond și de procedură care permit o evaluare a concentrărilor pieței mass-mediei ce ar putea avea un impact asupra pluralismului mass-mediei sau a independenței editoriale. Respectivele norme: (a) sunt transparente, obiective, proporționale și nediscriminatorii; (b) solicită părților implicate într-o astfel de concentrare a pieței mass-mediei să notifice în prealabil concentrarea autorităților sau organismelor naționale relevante sau să acorde acestor autorități sau organisme competențele adecvate pentru a obține de la părțile respective informațiile necesare pentru evaluarea concentrării; (c) desemnează autoritățile sau organismele naționale de reglementare ca fiind cele responsabile de evaluare sau se asigură de implicarea lor substanțială în evaluare;</p>	<p>Proiectul de lege privind mass-media <i>Articolul 15. Concentrările pe piața serviciilor mass-media</i> (1) Concentrările pe piața serviciilor mass-media, inclusiv concentrările orizontale, verticale sau încrucișate, pot avea loc în măsura, în care acestea nu au impact semnificativ asupra pluralismului mediatic sau a independenței editoriale. (2) Pentru furnizorii de publicații de presă Consiliul Concurenței stabilește norme și proceduri transparente, obiective, proporționale și nediscriminatorii care se referă, cel puțin, la: a) obligația furnizorului de publicații de presă să notifice în prealabil Consiliul Concurenței despre intenția de a fi parte la o eventuală concentrare; b) evaluarea de către Consiliul Concurenței a impactului unei concentrări care face obiectul notificării asupra pluralismului mediatic și a independenței editoriale, cât și termenii procedurali pentru finalizarea a evaluării; c) criterii obiective pentru evaluarea impactului concentrărilor pe piața mass-media asupra pluralismului mediatic și a independenței editoriale.</p>	<p>Compatibil</p>	

(d) stabilesc în prealabil criterii obiective, nediscriminatorii și proporționale pentru notificarea unor astfel de concentrări ale pieței mass-mediei și pentru evaluarea impactului asupra pluralismului mass-mediei și a independenței editoriale; și

(e) specifică în prealabil termenele pentru finalizarea unor astfel de evaluări.

Evaluarea concentrărilor pieței mass mediei menționată la prezentul alineat este distinctă de evaluările dreptului Uniunii și dreptului intern în materie de concurență, inclusiv de cele prevăzute de normele privind controlul concentrărilor economice. Aceasta nu aduce atingere articolului 21 alineatul (4) din Regulamentul (CE) nr. 139/2004, după caz.

(2) În contextul unei evaluări a concentrărilor pieței mass-mediei astfel cum se menționează la alineatul (1) se ține seama de următoarele elemente:

(a) impactul preconizat al concentrării pieței mass-mediei asupra pluralismului mass-mediei, inclusiv efectele sale asupra formării opiniei publice și asupra diversității serviciilor mass-media și a ofertei mass-media de pe piață, ținând seama de mediul online și de interesele, legăturile sau activitățile părților în cadrul altor activități din domeniul mass-mediei sau din afara acesteia;

(b) garanțiile pentru independența editorială, inclusiv măsurile luate de furnizorii de servicii mass-media în vederea garantării independenței deciziilor editoriale;

(c) dacă, în absența concentrării pieței mass-mediei, părțile implicate în concentrarea pieței mass-mediei și-ar menține sustenabilitatea din punct de vedere economic și dacă există alternative posibile pentru a asigura sustenabilitatea economică a acestora;

(d) după caz, constatările raportului anual al Comisiei privind statul de drept în ceea ce privește pluralismul și libertatea mass-mediei; și

(e) după caz, angajamentele pe care oricare dintre părțile implicate în concentrarea pieței mass-mediei le-ar putea oferi pentru a proteja pluralismul mass-mediei și independența editorială.

(3) Comisia, asistată de comitet, emite orientări cu privire la elementele menționate la alineatul (2) literele (a), (b) și (c).

(4) În cazul în care o concentrare a pieței mass-mediei este de natură să afecteze funcționarea pieței interne a serviciilor mass-media, autoritatea sau organismul

(3) La evaluarea menționată în alin. (2) al acestui articol, care este distinctă de evaluările legislației în materie de concurență, inclusiv de cele prevăzute de normele privind controlul concentrărilor economice, trebuie să se țină cont de următoarele elemente:

a) impactul concentrării asupra pluralismului mediatic, inclusiv efectele sale asupra formării opiniei publice și asupra diversității actorilor de pe piața mass-mediei, ținând seama de interesele, legăturile sau activitățile părților în cadrul altor activități din domeniul mass-mediei sau din afara acesteia;

b) garanțiile pentru independența editorială, inclusiv impactul concentrării asupra funcționării echipelor editoriale și existența unor măsuri luate de furnizorii de servicii mass-media în vederea garantării independenței deciziilor editoriale individuale;

c) dacă, în absența concentrării, entitatea care dobândește și cea dobândită și-ar menține sustenabilitatea din punct de vedere economic și dacă există alternative posibile pentru a asigura sustenabilitatea sa economică;

d) după caz, angajamentele pe care oricare dintre părțile implicate în concentrarea pieței mass-mediei le-ar putea oferi pentru a proteja pluralismul mass-mediei și independența editorială.

(4) Procedurile de notificare și evaluare a concentrărilor pe piața mass-media se aprobă prin regulament al Consiliului Concurenței, elaborat în consultare cu autoritățile competente din domeniul mass-media.

(5) În procesul aplicării criteriilor de evaluare a impactului concentrărilor pieței mass-media asupra pluralismului mediatic și a independenței editoriale, Consiliul Concurenței, consultă în prealabil autoritățile relevante cu privire la orice aviz sau decizie pe care intenționează să o adopte, evaluând impactul unei concentrări a pieței mass-media care face obiectul notificării asupra pluralismului mediatic și a independenței editoriale, în cazul în care astfel de concentrări pot afecta funcționarea pieței interne.

(6) Deciziile motivate ale Consiliului Concurenței adoptate în urma evaluării notificărilor privind concentrările pe piața mass-media sunt făcute publice, cu respectarea legislației privind protecția secretului comercial și a altor informații protejate de lege.

Codul serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova nr. 174/2018:

Articolul 29. Limitarea cotei de audiență

național de reglementare în cauză consultă în prealabil comitetul cu privire la proiectul său de evaluare sau la proiectul său de aviz.

(5) În termenele care urmează să fie stabilite de comitet în regulamentul său de procedură, comitetul elaborează un aviz cu privire la proiectul de evaluare sau la proiectul de aviz menționat la alineatul (4), ținând seama de elementele menționate la alineatul (2), și transmite avizul respectiv autorității sau organismului național de reglementare în cauză și Comisiei.

(6) Autoritatea sau organismul național de reglementare menționat la alineatul (4) ține seama, în cea mai mare măsură posibilă, de avizul menționat la alineatul (5). În cazul în care autoritatea sau organismul național de reglementare respectiv nu dă curs avizului, în tot sau în parte, aceasta furnizează comitetului și Comisiei o justificare motivată, explicându-și poziția, în termenele stabilite de comitet în regulamentul său de procedură.

(1) În conformitate cu prevederile prezentului cod și pentru determinarea cotei de audiență a serviciilor media audiovizuale, se consideră că:

a) piața serviciilor media audiovizuale liniare cu acoperire națională, regională, locală reprezintă totalitatea serviciilor media audiovizuale ale furnizorilor de servicii media naționali, regionali, locali, în zona de acoperire corespunzătoare, aflați în jurisdicția Republicii Moldova;

b) serviciile media audiovizuale liniare cu pondere semnificativă în formarea opiniei publice sînt serviciile media audiovizuale generaliste și cele de știri;

c) piața semnificativă reprezintă totalitatea serviciilor media audiovizuale liniare, prevăzute la lit.b), ale furnizorilor de servicii media naționali, regionali, locali în zona de acoperire corespunzătoare;

d) cota de audiență reprezintă cota de piață atribuită unui anumit serviciu media audiovizual liniar, în zona de acoperire corespunzătoare, determinată în condițiile prezentului articol.

(2) La determinarea situației dominante în formarea opiniei publice se iau în considerare serviciile media audiovizuale prevăzute la alin.(1) lit.b), pe care persoana fizică sau juridică fie le furnizează în calitate de deținător de licență de emisie, fie deține o cotă mai mare de 20% din capitalul social ori din drepturile de vot ale deținătorului licenței de emisie care furnizează serviciile respective.

(3) În cazul persoanei fizice, suplimentar prevederilor din alin.(2), se iau în considerare și persoanele apropiate acesteia, conform Legii nr.133/2016 privind declararea averii și a intereselor personale.

(4) Se consideră că o persoană fizică sau juridică deține o situație dominantă în formarea opiniei publice în cazul în care cota de audiență ponderată a serviciilor media audiovizuale atribuită depășește 25% din piața semnificativă.

(5) Cota de audiență ponderată a serviciilor media audiovizuale atribuită unei persoane fizice sau juridice reprezintă suma cotelor de audiență pentru fiecare dintre serviciile media audiovizuale, prevăzute la alin.(2), ponderate cu cota de capital ori cu cota drepturilor de vot deținute de către persoana respectivă.

(6) Determinarea cotei de audiență pentru fiecare serviciu media audiovizual liniar național, regional și local, în zona de acoperire corespunzătoare, se efectuează trimestrial, prin calcularea mediei cotei de audiență înregistrate în trimestrul anterior.

(7) Consiliul Audiovizualului evaluează situația dominantă în formarea opiniei publice a unei persoane fizice sau juridice în

cazul existenței unor indicii întemeiate privind atingerea limitei prevăzute la alin. (4). Dacă se constată o situație dominantă în formarea opiniei publice, Consiliul Audiovizualului dispune ca, într-un termen de până la 6 luni, deținătorul licenței de emisie să remedieze situația constatată. În cazul în care evaluarea repetată a situației la expirarea termenului de 6 luni atestă lipsa de remediere a situației, Consiliul Audiovizualului aplică sancțiuni în conformitate cu prevederile prezentului cod și dispune propriile măsuri de remediere a situației (retragerea de frecvențe sau suspendarea unor programe audiovizuale care constituie cauzele apariției situației dominante) și termenul de executare. Neexecutarea măsurilor de remediere a situației atrage sancțiuni prevăzute pentru încălcări repetate.

(8) În cazul în care Consiliul Concurenței constată o practică anticoncurențială în sensul prevederilor alin.(2)–(5), acesta sesizează Consiliul Audiovizualului.

Articolul 30. Măsurarea cotelor de audiență

(1) Măsurarea cotelor de audiență și a cotelor de piață se realizează de către instituții specializate selectate prin concurs deschis, în conformitate cu standardele și uzanțele internaționale.

(2) Concursul indicat la alin. (1) este desfășurat o dată la 5 ani de către o organizație din sectorul audiovizual care reprezintă furnizorii de servicii media naționali, agențiile de publicitate și alți beneficiari ai serviciilor de măsurare a cotelor de audiență care achiziționează serviciile de măsurare a cotelor de audiență, iar în lipsa unei astfel de organizații – de către părțile interesate din sectorul audiovizual.

(2¹) Concursul indicat la alin. (1) este organizat în baza unui regulament elaborat și aprobat de către organizatorii concursului, care asigură un proces de achiziție deschis și transparent, în conformitate cu standardele și uzanțele internaționale din domeniu.

(2²) Consiliul Audiovizualului inițiază desfășurarea concursului indicat la alin. (1), în cazul în care acesta nu a fost inițiat de organizația sau de părțile interesate din sectorul audiovizual în termenul stabilit la alin. (2), în cel mult un an de la expirarea termenului indicat.

(2³) Prin derogare de la prevederile alin. (1), este permisă realizarea măsurării cotelor de audiență de către instituții specializate care nu au fost selectate prin concurs deschis, dacă concursul respectiv nu a avut loc sau dacă rezultatele acestuia nu au intrat în vigoare, iar în perioada respectivă instituțiile specializate vor realiza măsurări ale cotelor de audiență în baza unui contract cu organizația din sectorul

	<p>audiovizual sau în baza unui contract colectiv cu părțile interesate din sectorul audiovizual.</p> <p>(3) - <i>abrogat.</i></p> <p>(3¹) Instituțiile specializate garantează că sistemele de măsurare a audienței utilizate, precum și metodologia aplicată de sistemele lor de măsurare a audienței respectă principiile transparenței, imparțialității, incluziunii, proporționalității, nediscriminării, comparabilității și caracterului verificabil.</p> <p>(4) Contractele de achiziții de servicii cu instituțiile specializate selectate obligă instituțiile specializate să furnizeze trimestrial Consiliului Audiovizualului rezultatele măsurărilor efectuate conform prezentului articol.</p>		
<p>Articolul 23 Avize privind concentrările pieței mass-mediei</p> <p>(1) În absența unei evaluări sau a unei consultări în temeiul articolului 22, comitetul, din proprie inițiativă sau la cererea Comisiei, elaborează un aviz cu privire la impactul unei concentrări a pieței mass-mediei asupra pluralismului mass-mediei și independenței editoriale, în cazul în care respectiva concentrare a pieței mass-mediei este de natură să afecteze funcționarea pieței interne a serviciilor mass-media. Comitetul își întemeiază avizul pe elementele menționate la articolul 22 alineatul (2). Comitetul poate aduce astfel de concentrări în atenția Comisiei.</p> <p>(2) Fără a aduce atingere competențelor care îi revin în temeiul tratatelor, Comisia poate emite propriul aviz cu privire la această chestiune.</p> <p>(3) Comitetul și Comisia își pun la dispoziția publicului avizele menționate la prezentul articol.</p>		Prevederi UE neaplicabile	
<p>Articolul 24 Măsurarea audienței</p> <p>(1) Furnizorii de sisteme de măsurare a audienței se asigură că sistemele lor de măsurare a audienței și metodologia utilizată de sistemele lor de măsurare a audienței respectă principiile transparenței, imparțialității, incluziunii, proporționalității, nediscriminării, comparabilității și caracterului verificabil.</p> <p>(2) Fără a aduce atingere protecției secretelor comerciale ale întreprinderilor, astfel cum sunt definite la articolul 2 punctul 1 din Directiva (UE) 2016/943, furnizorii sistemelor private de măsurare a audienței furnizează, fără întârzieri nejustificate și în mod gratuit, furnizorilor de servicii mass-media, agenților de publicitate și părților terțe autorizate de furnizorii de servicii mass-media și de</p>	<p>Proiectul de lege privind mass-media Articolul 16. Măsurarea audienței</p> <p>(1) Furnizorii de sisteme de măsurare a audienței se asigură că sistemele lor de măsurare a audienței și metodologia utilizată de sistemele lor de măsurare a audienței respectă principiile transparenței, imparțialității, incluziunii, proporționalității, nediscriminării, comparabilității și caracterului verificabil.</p> <p>(2) Fără a aduce atingere protecției secretelor comerciale, furnizorii sistemelor private de măsurare a audienței furnizează, fără întârzieri nejustificate și în mod gratuit, furnizorilor de servicii mass-media, agenților de publicitate și părților terțe autorizate de furnizorii de servicii mass-media și de agențiile de publicitate informații exacte, detaliate, cuprinzătoare, inteligibile și actualizate cu privire</p>	Compatibil	

<p>agenții de publicitate informații exacte, detaliate, cuprinzătoare, inteligibile și actualizate cu privire la metodologia utilizată de sistemele lor de măsurare a audienței.</p> <p>Furnizorii de sisteme private de măsurare a audienței se asigură că metodologia utilizată de sistemele lor de măsurare a audienței și modul în care aceasta este aplicată fac obiectul unui audit independent o dată pe an. La cererea unui furnizor de servicii mass-media, un furnizor al unui sistem privat de măsurare a audienței îi furnizează informații cu privire la rezultatele măsurării audienței, inclusiv date neagregate, care se referă la conținutul mediatic și la serviciile mass-media ale respectivului furnizor de servicii mass-media.</p> <p>Prezentul alineat nu aduce atingere normelor Uniunii privind protecția datelor și a vieții private.</p> <p>(3) Autoritățile sau organismele naționale de reglementare încurajează furnizorii de sisteme de măsurare a audienței să elaboreze coduri de conduită împreună cu furnizorii de servicii mass-media, furnizorii de platforme online, organizațiile lor reprezentative și orice alte părți interesate, sau încurajează furnizorii de sisteme de măsurare a audienței să respecte codurile de conduită convenite de comun acord și acceptate pe scară largă de furnizorii de servicii mass-media, de organizațiile lor reprezentative și de orice alte părți interesate.</p> <p>Codurile de conduită menționate la primul paragraf de la prezentul alineat sunt menite să promoveze monitorizarea periodică, independentă și transparentă a îndeplinirii eficiente a obiectivelor lor și a respectării principiilor menționate la alineatul (1), inclusiv prin audituri independente și transparente.</p> <p>(4) Comisia, asistată de comitet, poate emite orientări privind aplicarea practică a alineatelor (1), (2) și (3), luând în considerare, după caz, codurile de conduită astfel cum se menționează la alineatul (3).</p> <p>(5) Comitetul încurajează schimbul de bune practici în legătură cu instalarea sistemelor de măsurare a audienței prin intermediul unui dialog periodic între reprezentanții autorităților sau organismelor naționale de reglementare, reprezentanții furnizorilor sistemelor de măsurare a audienței, reprezentanții furnizorilor de servicii mass-media, reprezentanții furnizorilor de platforme online și alte părți interesate.</p>	<p>la metodologia utilizată de sistemele lor de măsurare a audienței.</p> <p>(3) Furnizorii de sisteme private de măsurare a audienței se asigură că metodologia utilizată de sistemele lor de măsurare a audienței și modul în care aceasta este aplicată fac obiectul unui audit independent o dată pe an.</p> <p>(4) Cu respectarea legislației în vigoare privind protecția datelor și a vieții private, la cererea unui furnizor de servicii mass-media sau agenții de publicitate, un furnizor al unui sistem privat de măsurare a audienței îi furnizează informații cu privire la rezultatele măsurării audienței, inclusiv date neagregate, care se referă la conținutul mediatic și la serviciile mass-media ale respectivului furnizor de servicii mass-media.</p> <p>(5) Furnizorii de sisteme de măsurare a audienței funcționează în baza unor coduri de conduită elaborate sau convenite prin mecanisme de autoreglementare cu furnizorii de servicii mass-media, organizațiile lor reprezentative și orice alte părți interesate, menite să promoveze monitorizarea periodică, independentă și transparentă a îndeplinirii eficiente a obiectivelor lor și a respectării principiilor menționate la alineatul (1), inclusiv prin audituri independente și transparente.</p> <p>Codul serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova nr. 174/2018:</p> <p>Articolul 30. Măsurarea cotelor de audiență</p> <p>(1) Măsurarea cotelor de audiență și a cotelor de piață se realizează de către instituții specializate selectate prin concurs deschis, în conformitate cu standardele și uzanțele internaționale.</p> <p>(2) Concursul indicat la alin. (1) este desfășurat o dată la 5 ani de către o organizație din sectorul audiovizual care reprezintă furnizorii de servicii media naționali, agențiile de publicitate și alți beneficiari ai serviciilor de măsurare a cotelor de audiență care achiziționează serviciile de măsurare a cotelor de audiență, iar în lipsa unei astfel de organizații – de către părțile interesate din sectorul audiovizual.</p> <p>(2¹) Concursul indicat la alin. (1) este organizat în baza unui regulament elaborat și aprobat de către organizatorii concursului, care asigură un proces de achiziție deschis și transparent, în conformitate cu standardele și uzanțele internaționale din domeniu.</p>		
---	---	--	--

	<p>(2²) Consiliul Audiovizualului inițiază desfășurarea concursului indicat la alin. (1), în cazul în care acesta nu a fost inițiat de organizația sau de părțile interesate din sectorul audiovizual în termenul stabilit la alin. (2), în cel mult un an de la expirarea termenului indicat.</p> <p>(2³) Prin derogare de la prevederile alin. (1), este permisă realizarea măsurării cotelor de audiență de către instituții specializate care nu au fost selectate prin concurs deschis, dacă concursul respectiv nu a avut loc sau dacă rezultatele acestuia nu au intrat în vigoare, iar în perioada respectivă instituțiile specializate vor realiza măsurări ale cotelor de audiență în baza unui contract cu organizația din sectorul audiovizual sau în baza unui contract colectiv cu părțile interesate din sectorul audiovizual.</p> <p>(3) - <i>abrogat.</i></p> <p>(3¹) Instituțiile specializate garantează că sistemele de măsurare a audienței utilizate, precum și metodologia aplicată de sistemele lor de măsurare a audienței respectă principiile transparenței, imparțialității, incluziunii, proporționalității, nediscriminării, comparabilității și caracterului verificabil.</p> <p>(4) Contractele de achiziții de servicii cu instituțiile specializate selectate obligă instituțiile specializate să furnizeze trimestrial Consiliului Audiovizualului rezultatele măsurărilor efectuate conform prezentului articol.</p> <p>Articolul 75. Atribuțiile Consiliului Audiovizualului</p> <p>(4) Consiliul Audiovizualului:</p> <p>i) inițiază și organizează activități de alfabetizare informațională și de educație media, de cercetare în domeniul audiovizualului, precum și studii de piață, sondaje, studii privind audiența și alte studii în vederea aplicării prevederilor legislației din domeniu și, în acest scop, este în drept să contracteze instituții specializate în condițiile Legii nr. 131/2015 cu privire la achizițiile publice;</p>		
<p>Articolul 25 Alocarea de fonduri publice pentru publicitatea de stat și contractele de furnizare sau de servicii</p> <p>(1) Fondurile publice sau orice altă retribuire sau alt avantaj pus la dispoziție, în mod direct sau indirect, de autoritățile sau entitățile publice furnizorilor de servicii mass-media sau furnizorilor de platforme online pentru publicitatea de stat sau pentru contractele de furnizare sau de servicii încheiate cu furnizorii de servicii mass-media</p>	<p>Legea nr. 62/2022 cu privire la publicitate</p> <p>Articolul 11¹. Obiectul publicității de stat</p> <p>(1) Publicitatea de stat are ca obiect un mesaj promoțional sau autopromoțional, un anunț public sau o campanie de informare efectuată prin plasarea, promovarea, publicarea sau difuzarea, în orice serviciu mass-media sau pe platformă online, de către, pentru sau în numele unei entități din sectorul public.</p>	<p>Compatibil</p>	

sau cu furnizorii de platforme online se acordă în conformitate cu criterii transparente, obiective, proporționale și nediscriminatorii, puse în prealabil la dispoziția publicului prin mijloace electronice și ușor de utilizat, și prin proceduri deschise, proporționale și nediscriminatorii.

Statele membre urmăresc să se asigure că cheltuielile publice anuale globale alocate pentru publicitatea de stat sunt distribuite unei game largi de furnizori de servicii mass-media reprezentativi pe piață, ținând seama de particularitățile naționale și locale ale piețelor mass-mediei în cauză.

Prezentul articol nu afectează atribuirea contractelor de achiziții publice și a contractelor de concesiune în temeiul normelor Uniunii privind achizițiile publice sau aplicarea normelor Uniunii privind ajutoarele de stat.

(2) Autoritățile sau entitățile publice pun anual la dispoziția publicului, prin mijloace electronice și ușor de utilizat, informații cu privire la cheltuielile publice cu publicitatea de stat. Respectivile informații includ cel puțin următoarele:

(a) denumirile legale ale furnizorilor de servicii mass-media sau ale furnizorilor de platforme online de la care au fost achiziționate servicii;

(b) dacă este cazul, denumirile legale ale grupurilor de întreprinderi din care fac parte oricare dintre furnizorii de servicii mass-media sau furnizorii de platforme online menționați la litera (a); și

(c) suma anuală totală cheltuită și sumele anuale cheltuite per furnizor de servicii mass-media sau furnizor de platforme online.

Statele membre pot scuti guvernele subnaționale ale entităților teritoriale cu mai puțin de 100 000 de locuitori și entitățile controlate, direct sau indirect, de astfel de guverne subnaționale de la obligația prevăzută la primul paragraf litera (b).

(3) Autoritățile sau organismele naționale de reglementare sau alte autorități sau organisme independente competente din statele membre monitorizează și raportează anual cu privire la cheltuielile cu publicitatea de stat alocate furnizorilor de servicii mass-media și furnizorilor de platforme online pe baza informațiilor enumerate la alineatul (2). Rapoartele anuale respective sunt puse la dispoziția publicului într-un mod ușor accesibil.

Pentru a evalua exhaustivitatea informațiilor privind cheltuielile de stat puse la dispoziție în temeiul alineatului

(2) Publicitatea de stat se efectuează cu titlu oneros, în baza contractelor încheiate de către entitățile din sectorul public cu furnizorii de servicii mass-media sau de platforme online.

(3) Anunțurile publice care sunt justificate de un motiv imperativ de interes public, transmise de entitățile din sectorul public în cazul stării de urgență nu sunt considerate publicitate de stat și sunt plasate, promovate, publicate sau difuzate cu titlu gratuit.

(4) În perioada electorală nu se admite difuzarea publicității de stat prin care se promovează realizările manageriale și/sau obiectivele realizate de entitățile din sectorul public, și nici a publicității de stat și a mesajelor de interes public care nu sunt autorizate de către Comisia Electorală Centrală.

Articolul 11². Conținutul publicității de stat

(1) Conținutul publicității de stat trebuie să corespundă prevederilor art. 7.

(2) Publicitatea de stat trebuie să conțină:

a) genericul „Publicitate de stat”;

b) datele de identificare în publicitate ale entității din sectorul public.

Articolul 11³. Efectuarea plăților, încheierea contractelor de prestare a serviciilor și raportarea privind difuzarea publicității de stat

(1) Fondurile publice sau orice altă retribuție ori alt avantaj pus la dispoziție, în mod direct sau indirect, de entitățile din sectorul public furnizorilor de servicii mass-media sau furnizorilor de platforme online pentru publicitatea de stat ori pentru contractele de furnizare sau de servicii încheiate cu furnizorii de servicii mass-media sau cu furnizorii de platforme online se acordă în conformitate cu criterii și proceduri transparente, obiective, proporționale și nediscriminatorii, puse în prealabil la dispoziția publicului prin mijloace electronice și ușor de utilizat.

(2) Criteriile menționate la alin. (1) vizează cel puțin:

a) diversitatea de servicii mass-media;

b) independența editorială a furnizorului de serviciu mass-media;

c) profilul tematic, limba și publicul-țintă al serviciului mass-media;

d) respectarea normelor profesionale și deontologice de către furnizorul de serviciu mass-media;

e) transparența activității furnizorului de serviciu mass-media, inclusiv a surselor de finanțare.

(3) Prezentul articol nu afectează atribuirea contractelor de achiziții publice și a contractelor de concesiune sau aplicarea normelor privind ajutoarele de stat.

<p>(2), autoritățile sau organismele naționale de reglementare sau alte autorități sau organisme independente competente din statele membre pot solicita autorităților publice sau entităților menționate la alineatul (2) primul paragraf informații suplimentare, inclusiv informații mai detaliate privind aplicarea criteriilor și procedurilor menționate la alineatul (1).</p> <p>În cazul în care monitorizarea, evaluarea și raportarea sunt efectuate de alte autorități sau organisme independente competente din statele membre, acestea informează în mod corespunzător autoritățile sau organismele naționale de reglementare.</p>	<p>(4) În cazul în care valoarea estimată a contractelor pentru publicitatea de stat, planificată pe parcursul unui an calendaristic depășește suma de 100 000 lei, entitatea din sectorul public are obligația să publice în sistemul electronic de achiziții publice anunțul de participare privind achiziția publicității de stat.</p> <p>(5) Entitățile din sectorul public și furnizorii de servicii mass-media și/sau furnizorii de platforme online pun anual la dispoziția publicului, pe site-urile lor web oficiale, un raport cu privire la publicitatea de stat și mesajele de interes public difuzate contra plată. Raportul entităților din sectorul public va conține cel puțin următoarele informații:</p> <p>a) denumirile furnizorilor de servicii mass-media sau de platforme online de la care au fost achiziționate servicii;</p> <p>b) dacă este cazul, denumirile grupurilor de întreprinderi din care fac parte oricare dintre furnizorii de servicii mass-media sau furnizorii de platforme online menționați la lit. a);</p> <p>c) suma anuală totală cheltuită și sumele anuale cheltuite per furnizor de servicii mass-media sau furnizor de platforme online.</p> <p>(6) Entitățile din sectorul public care au achiziționat servicii de difuzare a publicității de stat sau a mesajelor de interes public prezintă Agenției Achiziții Publice raportul anual menționat la alin. (5) până la data de 1 februarie a anului următor celui de gestiune.</p> <p>Articolul 11⁴. Autoritatea responsabilă de achiziții publice de publicitate de stat</p> <p>(1) Agenția Achiziții Publice este autoritatea responsabilă de monitorizarea conformității procedurilor de achiziție publică de publicitate de stat.</p> <p>(2) Agenția Achiziții Publice elaborează anual un raport privind achizițiile publice de publicitate de stat efectuate de entitățile din sectorul public, pe care îl publică pe site-ul său web oficial până la data de 1 martie a anului următor celui de gestiune.</p>	<p>Compatibil</p>	
<p>Articolul 26 Exercițiul de monitorizare</p> <p>(1) Comisia se asigură că piața internă a serviciilor mass-media, inclusiv riscurile și progresele înregistrate în ceea ce privește funcționarea acesteia, sunt monitorizate în mod independent și continuu (denumit în continuare „exercițiul de monitorizare”). Constatările exercițiului de monitorizare respectiv fac obiectul consultării comitetului și sunt prezentate comitetului de contact și discutate cu acesta.</p> <p>(2) Comisia, în consultare cu comitetul, definește pentru exercițiul de monitorizare indicatorii-cheie de</p>		<p>Prevederi UE neaplicabile</p>	

<p>performanță, garanțiile metodologice pentru protejarea obiectivității și criteriile de selecție a cercetătorilor.</p> <p>(3) Exercițiul de monitorizare include:</p> <p>(a) o analiză detaliată a piețelor mass-mediei din toate statele membre, inclusiv în ceea ce privește nivelul de concentrare a mass-mediei și riscurile privind acțiunile străine de manipulare a informațiilor și ingerințele externe;</p> <p>(b) o prezentare generală și o evaluare prospectivă a funcționării pieței interne a serviciilor mass-media în ansamblu, inclusiv în ceea ce privește impactul platformelor online;</p> <p>(c) o prezentare generală a riscurilor la adresa pluralismului mass-mediei și a independenței editoriale a furnizorilor de servicii mass-media, în cazul în care acestea ar putea avea un impact asupra funcționării pieței interne;</p> <p>(d) o prezentare generală a măsurilor luate de furnizorii de servicii mass-media în vederea garantării independenței deciziilor editoriale;</p> <p>(e) o prezentare detaliată a cadrelor și practicilor de alocare a fondurilor publice pentru publicitatea de stat.</p> <p>(4) Exercițiul de monitorizare se efectuează anual. Rezultatele exercițiului de monitorizare, inclusiv metodologia și datele folosite pentru acesta, sunt puse la dispoziția publicului și prezentate anual Parlamentului European.</p>			
<p>Articolul 27 Evaluare și raportare</p> <p>(1) Până la 8 august 2028 și, ulterior, din patru în patru ani, Comisia realizează o evaluare a prezentului regulament și prezintă un raport Parlamentului European, Consiliului și Comitetului Economic și Social European.</p> <p>(2) În prima evaluare menționată la alineatul (1) de la prezentul articol, Comisia examinează în special eficacitatea funcționării secretariatului comitetului menționat la articolul 11, inclusiv în ceea ce privește caracterul adecvat al resurselor în raport cu îndeplinirea sarcinilor sale.</p> <p>(3) În sensul alineatului (1) și la cererea Comisiei, statele membre și comitetul îi transmit acesteia informații relevante.</p> <p>(4) În contextul efectuării evaluărilor menționate la alineatul (1) de la prezentul articol, Comisia ia în considerare:</p>		<p>Prevederi UE neaplicabile</p>	

<p>(a)pozițiile și concluziile Parlamentului European, ale Consiliului și ale altor organisme sau surse relevante; (b)rezultatele discuțiilor relevante desfășurate în cadrul forurilor relevante; (c)documentele relevante emise de comitet; (d)constatările exercițiului de monitorizare menționat la articolul 26. (5) Rapoartele menționate la alineatul (1) pot fi însoțite, după caz, de o propunere de modificare a prezentului regulament.</p>			
<p>Articolul 28 Modificarea Directivei 2010/13/UE</p> <p>Directiva 2010/13/UE se modifică după cum urmează: 1. Articolul 30b se elimină. 2.Trimiterile la articolul 30b din Directiva 2010/13/UE se interpretează ca trimiteri la articolul 13 alineatul (1) litera (c) din prezentul regulament.</p>			
<p>Articolul 29 Intrare în vigoare și aplicare</p> <p>Prezentul regulament intră în vigoare în a douăzecea zi de la data publicării în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene. Prezentul regulament se aplică de la 8 august 2025. Cu toate acestea:</p> <p>(a) articolul 3 se aplică de la 8 noiembrie 2024; (b) articolul 4 alineatele (1) și (2), articolul 6 alineatul (3) și articolele 7-13 și 28 se aplică de la 8 februarie 2025; (c) articolele 14-17 se aplică de la 8 mai 2025; (d) articolul 20 se aplică de la 8 mai 2027.</p>			