



PLENUL CONSILIULUI CONCURENȚEI



Republica Moldova, MD- 2032, Chișinău, str. Alecu Russo 1, et. 2.
E-mail: office@competition.md; www.competition.md

Nr. DJ-06/251-883 din 05 iunie 2023

Comisia Electorală Centrală

Plenul Consiliului Concurenței, în cadrul ședinței din 05 iunie 2023, a examinat, în temeiul prevederilor art. 39 lit. c) și art. 41 alin. (1) lit. d) al Legii concurenței nr. 183/2012, *proiectul de hotărâre a Comisiei Electorale Centrale pentru aprobarea Regulamentului privind modul de furnizare, distribuire și difuzare a publicității politice, electorale și a mesajelor de interes public* și, în limitele competenței sale, comunică următoarele obiecții și propuneri.

În aspect general, ținem să menționăm că proiectul de regulament supus avizării este un proiect de act normativ ce stabilește mai multe interdicții pentru întreprinzători care practică activitatea de producere, distribuire, furnizare și/sau difuzare a publicității politice/electorale.

În acest sens, relevăm că proiectul nu este însoțit de analiza impactului de reglementare, în sensul art. 13 al Legii nr. 235/2006 cu privire la principiile de bază de reglementare a activității de întreprinzător. Lipsa evaluării beneficiilor, efectelor sau consecințelor impunerii interdicțiilor, necesității impunerii acestora și analiza de impact al acestuia asupra activității de întreprinzător, inclusiv asigurarea respectării drepturilor și intereselor întreprinzătorilor și ale statului nu este conformă principiilor de bază de reglementare a activității de întreprinzător menționate la art. 4 al Legii nr. 235/2006.

2. Prevederile pct. 17 și pct. 84 sbp. (3) din proiectul de regulament ar putea limita dreptul subiecților publicității politice și electorale de a-și stabili liber tarife pentru publicitatea electorală și politică sau de a oferi sau de a procura articole promoționale la prețul de piață, fără temei legal. În condițiile art. 3 alin. (3) din Legea concurenței, prețurile la produse se determină în procesul liberei concurențe, pe baza cererii și ofertei, dacă legea specială nu prevede altfel. Legea nr. 62/2022 cu privire la publicitate și Codul electoral nr. 1381/1997 nu prevede interdicții de stabilire a prețurilor și nu atribuie Comisiei Electorale Centrale

competențe de reglementare a prețurilor/tarifelor la serviciile de publicitate politică sau electorală. Ținând cont de cele expuse *supra*, în scopul asigurării principiului de bază ale concurenței consacrat de Legea concurenței urmează să fie excluse prevederile pct. 17 și pct. 84 sbp. (3) din proiect, ce vizează stabilirea limitelor costului publicității politice și electorale percepute de producătorii și difuzorii de publicitate și cuantumul maxim al articolelor promoționale, întrucât astfel, Comisia Electorală Centrală intervine pe piață, limitând libera concurență.

3. Pct. 35 sbp. (1) din proiectul de regulament stabilește o limită mai mare, de până la 30% a spațiului rezervat publicității electorale în publicațiile periodice publice din spațiul total al fiecărui număr și/sau al fiecărui supliment, care nu este corelată cu limita de până la 20% stabilită la art. 24 alin. (4) din Legea nr. 62/2022 și pct. 35 sbp. (2) din proiectul de regulament stabilește o cotă de 50% a spațiului rezervat publicității politice și electorale în publicațiile periodice private din spațiul total al fiecărui număr și/sau al fiecărui supliment, în pofida faptului că art. 24 alin. (2) din Legea nr. 62/2022 stabilește că în cazul publicațiilor periodice private, spațiul rezervat publicității *este determinat de către fiecare publicație periodică*. Astfel, autorul limitează drepturile întreprinderilor de comercializare și prestare a serviciilor în situația în care aceste limitări nu sunt prevăzute de Legea nr. 62/2022.

4. La pct. 21 din proiectul de regulament se acordă privilegii pentru activitatea radiodifuzorilor naționali în dezavantajul radiodifuzorilor locali sau regionali care în perioada electorală potrivit prevederii date, nu vor putea difuza publicitatea politică. Excepția de la aplicarea regulilor prevăzute la pct. 21 ar putea limita neîntemeiat posibilitatea radiodifuzorilor locali sau regionali de a distribui și difuza publicitate politică și electorală în funcție de perioadă și circumscripție. Reiterăm că, autorul proiectului nu poate interveni în domenii care nu sunt atribuite prin Legea nr. 62/2022 cu privire la publicitate, Codul electoral nr. 1381/1997 și Codul serviciilor media nr. 174/2018. Ținând cont de principiul previzibilității stabilit la art. 5 alin. (2) din Legea nr. 235/2006, considerăm că prevederile pct. 21 trebuie să fie argumentate și revăzute, întrucât ar putea cădea sub incidența art. 12 al Legii concurenței.

5. La pct. 34 sbp. 3) se stabilește că în perioada electorală, spațiul publicitar pentru publicitatea electorală se oferă în condiții de egalitate și/sau echitate, pentru toți furnizorii sau distribuitorii de publicitate electorală, fără a aduce claritate și previzibilitate cum va fi oferit acest spațiu în condiții egale și/sau echitabile spațiul publicitar, spre exemplu în cazul în care difuzorul de publicitate politică deține un singur dispozitiv publicitar.

6. La pct. 38 din proiectul de regulament, autorii intervin, neargumentat și neprevăzut de actul normativ primar, în activitatea difuzorilor de servicii media,

limitându-le posibilitatea de a stabili liber timpul rulării publicității, și în acest sens, considerăm că prevederile pct. 38 trebuie argumentate și revăzute.

7. Pct. 104 din proiectul de regulament stabilește condiții discriminatorii prin ne admiterea a niciun fel de publicitate, în ziua alegerilor și în ziua precedentă zilei alegerilor, exceptând de la această interdicție informațiile deja plasate în internet. În acest sens, considerăm că prin această prevedere se acordă privilegii neargumentate doar pentru activitatea întreprinderilor care prestează servicii de plasare a publicității electorale în internet. Or, în conformitate cu art. 50 alin. (10) Cod electoral nr. 1381/1997, *în ziua alegerilor și în ziua precedentă alegerilor nu se admite niciun fel de agitație electorală. Interdicția respectivă nu se referă la informațiile deja plasate pe Internet și pe afișele expuse anterior.*

Respectiv, se atestă un tratament diferit aplicat întreprinderilor aflate în situații echivalente prin prevederea care limitează serviciile de publicitate fără nici o justificare obiectivă a excluderii de la această exceptare a informațiilor deja plasate pe afișele expuse anterior și impunerea neîntemeiată a obligației de a înlătura/retrage tot afișajul electoral și alte materiale publicitare electorale, dacă acestea au fost expuse anterior zilei alegerilor și în ziua precedentă zilei alegerilor care ar putea implica și costuri majore pentru conformare.

8. În alt context, atragem atenția că art. 17 alin. (2) din Legea nr. 62/2022 stabilește *expres* perioada când mesajele de interes public trebuie aprobate de Comisia Electorală Centrală. Această perioadă este raportată la *perioada electorală a alegerilor generale*.

Prin urmare, atestăm că pct. 86-94 din proiectul de regulament, și felul în care a fost expus poate crea confuzii și incertitudini juridice în ceea ce vizează competența Comisiei Electorale Centrale de a aproba, nu doar mesajele de interes public difuzate în perioada electorală a alegerilor generale, dar și cele difuzate în altă perioadă. În acest sens, este oportun de a racorda prevederile pct. 86-94, cu prevederile actului normativ primar cu forță juridică superioară astfel încât să fie specificat *expres* că particularitățile și modul de aprobare se stabilesc pentru mesajele de interes public care urmează a fi difuzate doar în perioada electorală a alegerilor generale.

Totodată, autorul propune redefinirea noțiunilor deja stabilite în alte legi, cum ar fi: noțiunile de *subiecți ai publicității politice*, *publicitate politică*, *perioadă extraelectorală* prevăzute la art. 3 din Legea nr. 62/2022 cu privire la publicitate și noțiunea *perioadă electorală* stabilită la art. 1 din Codul electoral nr. 1381/1997 și definirea unei noțiuni noi de *publicitate electorală*, și în acest sens, este oportun să se aducă argumente sub aspectul întrunirii condițiilor care impun redefinirea noțiunilor *supra* și clarificării circumstanțelor care justifică definirea noțiunii de publicitate electorală, în sensul propus de autori la pct. 6.

Important, este de a reține că Legea nr. 62/2022 cu privire la publicitate reglementează doar publicitatea politică, iar potrivit art. 364 alin. (10) din Codul contravențional nr. 218/2008 constituie contravenție și se sancționează producerea, distribuirea, furnizarea și/sau difuzarea *publicității politice* care nu întrunește condițiile Legii nr. 62/2022 cu privire la publicitate și ale Codului electoral nr. 325/2022. Respectiv, Legea nr. 62/2022 cu privire la publicitate și Codul electoral nr. 325/2022 nu conțin condițiile de producere, distribuire, furnizare și/sau difuzare a publicității electorale, nefiind definită expres de lege.

Prin urmare, noțiunile utilizate la pct. 6 din proiectul de regulament urmează a fi revăzute și racordate cu Legea nr. 62/2022 cu privire la publicitate, Codul electoral nr. 1381/1997 și Codul contravențional nr. 218/2008.

Alexei Gherțescu
Președinte