

Registru pentru consemnarea și analizarea propunerilor, sugestiilor, opiniilor cu valoare de recomandare primite

*Proiect de Decizie
privind Codul de reglementare a conținutului audiovizual*

CONSILIUL NAȚIONAL AL AUDIOVIZUALULUI

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
1	06.03.2025	Agencia Națională pentru Sport	comunicare@sport.gov.ro	Titlul X - Comunicări comerciale audiovizuale Cap. IV - Publicitate și teleshopping Secțiunea a 7-a – Mesaje de conștientizare Art. 150 alin. (1)	„Mai multă mișcare, mai puțin stres! Sportul îți îmbunătățește echilibrul fizic și mental!”
2	10.03.2025	Colegiul Medicilor Stomatologi	secretariat@cmdr.ro	Titlul X - Comunicări comerciale audiovizuale Cap. IV - Publicitate și teleshopping Secțiunea a 7-a – Mesaje de conștientizare Art. 150 alin. (1)	„Sănătatea orală este esențială pentru sănătatea generală, iar neglijarea ei poate afecta întregul organism. Mergi la control stomatologic de două ori pe an.”

¹ Hotărârea Guvernului nr. 831/2022 pentru aprobarea Normelor metodologice de aplicare a Legii nr. 52/2003 privind transparența decizională în administrația publică.

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
3	12.03.2025	Reckitt Benckiser România	costin.vasilescu@reckitt.com	Propunere de modificare a art. 118 (fost art. 96 din Decizia CNA nr. 220/2011)	Introducerea unui nou alineat, alineatul (1 ¹): (1 ¹) Alin. (1) al prezentului art. nu se aplică dispozitivelor medicale cu rol de prevenire a bolilor cu transmitere sexuală și de control al concepției reglementate prin legislația specifică.
4	12.03.2025	Reckitt Benckiser România	costin.vasilescu@reckitt.com	Propunere de modificare a art. 157 (fost art. 127 din Decizia CNA nr. 220/2011)	Introducerea unui nou alineat, alineatul (4): (4) Alin. (1) - (3) ale prezentului art. nu se aplică dispozitivelor medicale cu rol de prevenire a bolilor cu transmitere sexuală și de control al concepției reglementate prin legislația specifică.
5	12.03.2025	Reckitt Benckiser România	costin.vasilescu@reckitt.com	Propunere de modificare a art. 158 (fost art. 128 din Decizia CNA nr. 220/2011) Art. 158 - (1) Este interzisă menționarea în publicitate sau în teleshopping a unor indicații terapeutice referitoare la boli precum: a) tuberculoză; b) bolile cu transmitere sexuală; c) alte boli infecțioase grave; d) cancer și alte boli tumorale; e) insomnia cronică; f) diabet și alte boli metabolice.	Modificarea art. 158 alin. (1) (fost art. 128): Art. 128 (actual art. 158 alin. (1)) - Este interzisă menționarea în publicitate sau în teleshopping a unor indicații terapeutice referitoare la boli precum: a) tuberculoză; b) bolile cu transmitere sexuală; c) alte boli infecțioase grave; d) cancer și alte boli tumorale; e) insomnia cronică; f) diabet și alte boli metabolice.
6	13.03.2025	Autoritatea Națională pentru Administrare și Reglementare în Comunicații	mihaela.ana@ancom.ro	Titlul X - Comunicări comerciale audiovizuale Cap. IV - Publicitate și teleshopping Secțiunea a 7-a – Mesaje de conștientizare Art. 150 alin. (1)	1. Ceea ce este ilegal offline este ilegal și online. 2. Regulamentul privind serviciile digitale protejează consumatorii și drepturile lor online. 3. Informația online se răspândește rapid. Verifică sursele, caută faptele pentru a nu dezinforma și a nu fi manipulat. 4. Publicarea și răspândirea unei informații online poate genera fapte offline. Fii responsabil

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatore	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatore	Conținut propunere/ sugestie/opinie
					față de informațiile pe care le transmiți.
7	18.03.2025	Ministerul Educației și Cercetării	cabinet@edu.gov.ro		Mesajele/emisiunile care includ demersuri de astrologie/horoscop/numerologie (dar și alte demersuri similare - ex. vrăjitori, „witch doctor”, „fortune-tellers”, „psychic”, „medium”) să fie etichetate ca „Divertisment” sau, dacă pretind că transmit cunoaștere, că „Nu se bazează cunoaștere științifică” „Această emisiune conține informații fără bază științifică.”
8	24.03.2025	Muzeul Național al Literaturii Iași	muzeul.literaturii@gmail.com ancamariabuzea@yahoo.com	Titlul X - Comunicări comerciale audiovizuale Cap. IV - Publicitate și teleshopping Secțiunea a 7-a – Mesaje de conștientizare Art. 150 alin. (1)	„1. Citește, dă like. Citește, dă follow. Citește, dă share. Citește o carte. 2. Și unei cărți îi poți da follow, like sau share. Intră în rețea: citește! 3. Rețelele sociale îți creează o lume fără distanțe, cărțile îți creează o lume fără limite. Citește fără limite, citește o carte. 4. Nu lăsa orfan citatul găsit azi pe rețelele sociale. Caută-i cartea-mamă. Citește-o!”
9	25.03.2025	Ion Gheorghe	amfionconstructor@gmail.com	Art. 44 (1) În virtutea dreptului la propria imagine, în cazul în care în programele audiovizuale se aduc acuzații unei persoane privind fapte sau comportamente ilegale ori imorale, acestea trebuie susținute cu dovezi, iar persoanele acuzate trebuie contactate într-un timp rezonabil înainte de emisiune, informate cu privire la tema emisiunii/subiect și invitate să intervină pentru a-și exprima punctul de vedere. În situația în care persoana vizată refuză să	Sunt suficiente celelalte alineate de la art. 44 pentru o desfășurare decentă a emisiunilor audio-vizuale. Nu trebuie transformate posturile audio-vizuale în instanțe de judecată sub presiunea sancțiunilor. Altfel, trebuie normate și limitele satirei și umorului, pentru că orice afirmație trebuie probată, pusă în discuție, ascultate și <i>vrăbiuța, plus bursucul și maimuța, care muncesc cu aprindere la acea întreprindere</i> , nu doar elefantul.

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatore	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatore	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				prezinte un punct de vedere sau nu a putut fi contactată prin încercări repetate, trebuie precizat acest fapt. (2) În cazul în care acuzațiile prevăzute la alin. (1) sunt aduse de furnizorul de servicii media audiovizuale, acesta trebuie să respecte principiul <i>audiatur et altera pars</i>; respectarea acestui principiu presupune condiții nediscriminatorii de exprimare până la finalul aceluiași program în cadrul căruia s-au făcut acuzațiile. În situația în care persoana vizată refuză să prezinte un punct de vedere, trebuie precizat acest fapt. (3) Orice material înregistrat în care se aduc acuzații unei persoane privind fapte sau comportamente ilegale ori imorale trebuie să conțină și opinia acesteia. În situația în care persoana vizată refuză să prezinte un punct de vedere sau nu a putut fi contactată prin încercări repetate, trebuie precizat acest fapt. (4) Moderatorii programelor au obligația să solicite ferm interlocutorilor să probeze în cadrul aceluiași program afirmațiile acuzatoare, pentru a permite publicului să evalueze cât de justificate sunt acestea.	
10	02.04.2025	Gândul Media Network SRL	laura.cretu@2222.ro	Art. 1 (1) În sensul prezentului cod de crea, în viitor, abuzuri inimaginabile cu privire la restrângerea dreptului la exprimare prevăzut	Formularea este una extrem de laxă și poate

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				audiovizual, denumit în continuare cod, termenii și expresiile de mai jos au următoarele semnificații: c) conținut dăunător - orice conținut, informație sau acțiune care poate induce frică, intimidare, oroare, îngrozire psihologică sau alte stări de intensitate asemănătoare. Un astfel de conținut poate fi pornografia sau violența nejustificată, fără a se limita la acestea;	În noile condiții, relatarea unei înmormântări (fie și a unei personalități: actual/fost șef de stat, membru al Casei Regale a României, om de cultură etc), a unui cutremur sau a unui accident (dar exemplele sunt neenumărate) pot fi limitate de la publicare, fiind îngrădit interesul public pentru un asemenea eveniment.
11	02.04.2025	Gândul Media Network SRL	laura.cretu@2222.ro	Art. 1 (1) În sensul prezentului cod de reglementare a conținutului audiovizual, denumit în continuare cod, termenii și expresiile de mai jos au următoarele semnificații: d) conținut ilegal - orice conținut, informație sau acțiune care nu sunt conforme cu legislația națională, indiferent de obiectul sau natura respectivei legislații. Un astfel de conținut poate fi instigarea la acte de terorism, materialele care conțin abuzuri sexuale asupra copiilor, discursurile de incitare la ură, discursurile de natură rasistă și xenofobă, precum și orice alte forme de conținut cu impact asemănător, care nu sunt conforme cu legislația națională;	Prin acest articol, Consiliul Național al Audiovizualului se erijează în organism de supracontrol și sancționează ceea ce este înreglementat deja de legislația națională (fie în Codul penal, fie în Codul civil) ori de practicile CEDO.
12	02.04.2025	Gândul Media Network	laura.cretu@2222.ro	Art. 1	Acest articol poate fi sursă majoră unor abuzuri

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
		SRL		(1) În sensul prezentului cod de reglementare a conținutului audiovizual, denumit în continuare cod, termenii și expresiile de mai jos au următoarele semnificații: f) dezinformare - acțiunea de răspândire intenționată de informații al căror caracter fals sau înșelător este verificabil, care poate cauza prejudicii unei persoane, unui grup social, unei organizații sau interesului public;	de vreme ce lasă membrilor CNA posibilitatea de a stabili ceea ce este o informație cu așa-zis „caracter fals sau înșelător”, aspect care nu trenează supus arbitrariului, ci lăsat în sarcina STRICTĂ a unei instanțe de judecată. Prin acest articol, CNA își arogă atribuții pentru care NU are competențe și legiferează imixtiunea în actul de justiție.
13	02.04.2025	Gândul Media Network SRL	laura.cretu@2222.ro	Art. 1 (1) În sensul prezentului cod de reglementare a conținutului audiovizual, denumit în continuare cod, termenii și expresiile de mai jos au următoarele semnificații: h) informare incorectă - acțiunea de răspândire de informații false fără intenție, deși efectele pot fi dăunătoare. p) violența de limbaj - adresarea printr-un limbaj jignitor, brutal, precum utilizarea de insulte, amenințări, cuvinte și expresii degradante sau umilitoare sau discriminatorii; se asimilează acestei forme de violență și comportamentele triviale, nonverbal; q) violență fizică - acte care pot provoca vătămarea corporală; r) violență psihică - acte care pot	Idem litera f).

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				provoca suferință psihică, în orice mod și prin orice mijloace, inclusiv prin amenințări verbale.	
14	02.04.2025	Gândul Media Network SRL	laura.cretu@2222.ro	Art. 1 (1) În sensul prezentului cod de reglementare a conținutului audiovizual, denumit în continuare cod, termenii și expresiile de mai jos au următoarele semnificații: j) producție audiovizuală cu caracter trivial, vulgar sau obscen - ansamblu de imagini, sunete, cuvinte, gesturi sau comportamente imorale, indecente, licențioase, sexuale explicite ori sugerate, care prin semnificația lor aduc ofensă pudorii, precum și orice alte forme de manifestare indecentă;	Definirea „ofensei adusă pudorii” este extrem de subiectivă în situația acestui articol, așa încât riscă să fie asociate acesteia și unor drepturi reglementate - cel puțin la nivelul Uniunii Europene - și să fie sursa unor acte discriminatorii majore.
15	02.04.2025	Gândul Media Network SRL	laura.cretu@2222.ro		Noul Cod nu explică, de altfel, CLAR de ce un furnizor de conținut audio-vizual (persoană fizică, precum Andra, Smiley, care deține canale ce se încadrează în criteriile acestui Cod) beneficiază de tratament diferit față de un furnizor de conținut audio-vizual (persoană juridică, precum editorii - SA-uri, SRL-uri, asociații, fundații - unor publicații online care au același tip de conținut ca și persoanele fizice menționate mai sus).
16	02.04.2025	Gândul Media Network SRL	laura.cretu@2222.ro	Art. 36 (2) Nu orice interes al publicului trebuie satisfăcut, iar simpla invocare a dreptului la informare nu poate justifica încălcarea dreptului la	Este inadmisibil ca o instituție să analizeze raportul dintre interesul public și atributele personale nepatrimoniale, ocrotite de art. 71-74 Cod civil.

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				demnitate, la propria imagine și la respectarea vieții private, așa cum acestea sunt recunoscute și ocrotite de Codul civil; (...)	
17	02.04.2025	Gândul Media Network SRL	laura.cretu@2222.ro	Art. 37 - (1) Orice persoană are dreptul la respectarea vieții private și de familie, a domiciliului și a neclărilor, mult prea generală și lasă impresia că corespondenței. (2) Informațiile privind adresa unei persoane sau a familiei sale, numerele lor de telefon sau adresele de e-mail nu pot fi dezvăluite fără permisiunea acestora; utilizarea datelor cu caracter personal este permisă în condițiile legii speciale. (3) Este interzisă difuzarea de știri, dezbateri, anchete sau de reportaje audiovizuale care constituie imixtiuni în viața privată și de familie a persoanei, fără acordul acesteia. (4) Fac excepție de la prevederile alin. (3) situațiile în care sunt întrunite cumulativ următoarele condiții: a) existența unui interes public justificat; b) existența unei legături semnificative și clare între viața privată și de familie a persoanei și interesul public justificat. (5) Dispozițiile alin. (1) - (4) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	Art. 37 face trimitere la respectarea vieții private, însă modalitatea de redactare este această categorie de viață privată nu poate fi adusă la cunoștința publicului niciodată, cu excepția situației aproape imposibil de identificat în care ar exista, în mod cumulativ, un interes public justificat și o legătură semnificativă și clară între viața privată și interesul public justificat. Trebuie să repetăm faptul că noțiunile de viață privată și dreptul la propria imagine în contrapondere cu noțiunea de interes public justificat pot fi analizate doar de instanțe, în cadrul unui proces civil.
18	02.04.2025	Gândul Media Network	laura.cretu@2222.ro	Art. 44 - (1) În virtutea dreptului la	Formularea acestui articol încalcă atât normele

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
		SRL		propria imagine, în cazul în care în programele audiovizuale se aduc acuzații unei persoane privind fapte sau comportamente ilegale ori imorale, acestea trebuie susținute cu dovezi , iar persoanele acuzate trebuie contactate într-un timp rezonabil înainte de emisiune, informate cu privire la tema emisiunii/subiect și invitate să intervină pentru a-și exprima punctul de vedere. În situația în care persoana vizată refuză să prezinte un punct de vedere sau nu a putut fi contactată prin încercări repetate, trebuie precizat acest fapt.	ilegale și cele ale jurisprudenței convenționale. Obligatorietatea prezentării dovezilor de către presă este o sarcină cel puțin excesivă, întrucât acestea, dovezile, nu pot fi deținute de decât de către organele de anchetă penală și, ulterior, se regăsesc în dosarele penale sau civile. Considerăm, așadar, obligatorie reformularea articolului în sensul înlocuirii termenului „dovezi” cu sintagma „bază factuală suficientă”. Obligația de a contacta persoanele acuzate într-un timp rezonabil înainte de emisiune este iarăși o sarcină cel puțin excesivă și nu poate fi pusă în aplicare, întrucât, de cele mai multe ori, dezvoltările sunt prezentate în cadrul unor emisiuni live care nu pot fi întrerupte pentru ca realizatorul să contacteze persoana vizată de acele dezvoltări/informații.
19	02.04.2025	Gândul Media Network SRL	laura.cretu@2222.ro	Art. 46 - (1) Este interzisă difuzarea de imagini sau de înregistrări cu persoane aflate în stare de reținere sau arest, fără acordul acestora.	Textul este mult prea general, lasă loc la interpretări și se poate concluziona și în sensul în care nu mai pot fi difuzate imagini cu persoane care părăsesc sediul poliției, al parchetului sau al instanțelor, ca urmare a reținerii sau arestării.
20	02.04.2025	Gândul Media Network SRL	laura.cretu@2222.ro	Art. 47 - (1) Furnizorii de servicii media audiovizuale trebuie să evite să aducă atingere dreptului la un proces echitabil ori interesului legitim al oricăreia dintre părțile unor cauze aflate pe rol în justiție sau în curs de cercetare, prin comentariile și luările de poziție proprii sau ale invitaților, inclusiv ale avocaților părților.	Prezumția de nevinovăție nu poate fi absolutizată, fiind exagerat și nelegal a cere realizatorilor să nu aibă păreri personale; În formularea propusă de articolul mai sus menționat, li se neagă ziariştilor și realizatorilor dreptul de a emite judecăți de valoare în legătură cu chestiuni importante precum procesele civile sau penale.
21	02.04.2025	Gândul Media Network SRL	laura.cretu@2222.ro	Art. 48 - (1) Nu pot fi difuzate înregistrări realizate și puse la dispoziția furnizorilor de servicii	Deși aparent, textul conferă o protecție sporită victimelor infracțiunii, poate da naștere unor interpretări arbitrare și ilegale, poate da naștere

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatore	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatore	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				media audiovizuale de către autoritățile polițienești sau judiciare, indiferent de suportul informatic utilizat, fără acordul persoanelor care sunt victime ale unor infracțiuni, fără acordul familiilor acestora sau, după caz, al reprezentanților legali.	unor situații juridice absurde (...). Considerăm că reglementarea protecției persoanei vătămate ar trebui să se restrângă exclusiv la ipoteza în care aceasta este minor/ă.
22	02.04.2025	Gândul Media Network SRL	laura.cretu@2222.ro	Art. 50 (2) Furnizorii de servicii media audiovizuale au obligația de a respecta demnitatea și anonimatul persoanelor cu tulburări psihice.	Deși aparent este o obligație ce tinde la consacarea unei forme de protecție, textul poate da naștere la interpretări contradictorii, întrucât numărul persoanelor/personajelor cu tulburări psihice vădite, dar care nu sunt confirmate prin acte medicale este semnificativ.
23	02.04.2025	Gândul Media Network SRL	laura.cretu@2222.ro	Art. 52 (3) Sunt interzise în programele audiovizuale afirmații, comportamente, mesaje care sunt de intimidare, ostile, degradante, defăimătoare, umilitoare sau ofensatoare la adresa unui grup/comunități definit(e) de sex, gen, rasă, culoare, origine etnică sau socială, caracteristici genetice, limbă, religie sau convingeri, opinii politice sau de altă natură, apartenența la o minoritate națională, avere , naștere, dizabilități, vârstă, orientare sexuală sau boală cronică contagioasă ori necontagioasă. (4) Sunt interzise în programele audiovizuale afirmații, comportamente, mesaje care sunt de intimidare, ostile, degradante, defăimătoare, umilitoare sau	Art. 52 introduce într-o nefericită premieră națională un criteriu de nediscriminare vădit nelegal, respectiv cel bazat pe avere, adică pe situația materială.

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatore	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatore	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				ofensatoare la adresa unei persoane pe baza apartenenței acesteia la un grup/o comunitate definit(ă) de sex, gen, rasă, culoare, origine etnică sau socială, caracteristici genetice, limbă, religie sau convingeri, opinii politice sau de altă natură, apartenența la o minoritate națională, <u>avere</u> , naștere, dizabilități, vârstă, orientare sexuală sau boală cronică contagioasă ori necontagioasă.	
24	02.04.2025	Gândul Media Network SRL	laura.cretu@2222.ro	Titlul V Dreptul la replică și la rectificare Cap. I Procedura exercitării dreptului la replică și la rectificare Art. 61-64	Art. 61-64 ce reglementează dreptul la replică și la rectificare conține, în mod nefericit și nelegal, sintagma „fapte neadevărate”. (...) Procedura exercitării dreptului la replică și la rectificare este greoaie, mult prea tehnică și va da naștere unor controverse prin aducerea în discuție a sintagmei „dovezi care probează adevărul faptelor prezentate”. Or, această sintagmă nu poate fi analizată decât în cadrul unui proces, în fața unei instanțe, doar judecătorii având competența și plenitudinea de a spune dreptul și de a stabili adevărul judiciar.
25	02.04.2025	Gândul Media Network SRL	laura.cretu@2222.ro	Titlul VI Înregistrarea programelor difuzate în cadrul serviciilor media audiovizuale și informarea publicului (...) Art. 80 - Furnizorul de servicii media audiovizuale la cerere trebuie să păstreze o copie a fiecărui program inclus în serviciul media audiovizual la cerere cel puțin 90 de zile de la data la care programul încetează să fie	Titlul VI ce reglementează înregistrarea programelor difuzate este o procedură greoaie, neutilă și costisitoare pentru furnizori care va genera costuri suplimentare nejustificate pentru aceștia. Considerăm că ar trebui regândit și reformulat întregul titlu, iar termenul de păstrare a copiilor programelor incluse în serviciul media audiovizual la cerere ar trebui limitat la 30 de zile maxim.

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				disponibil în catalogul de programe pentru vizualizare. (...) Art. 82 - (1) Furnizorul de servicii media audiovizuale la cerere are obligația de a pune la dispoziția publicului informații detaliate, clare și actualizate privind prețurile și tarifele aplicabile, precum și condițiile tehnice și comerciale de utilizare a serviciilor media audiovizuale la cerere, pentru a asigura posibilitatea utilizatorilor de a alege în cunoștință de cauză, în conformitate cu prevederile legislației privind protecția consumatorilor. (2) Furnizorul de servicii media audiovizuale la cerere are obligația de a redacta și prezenta informațiile prevăzute la alin. (1) într-o manieră care să le permită utilizatorilor parcurgerea cu ușurință a acestora. Condițiile sau termenele care afectează anumite oferte vor fi prezentate în același format și cu aceleași caractere grafice folosite pentru redactarea ofertelor.	Nu înțelegem la ce se referă art. 82 și de ce este inclus în Titlul VI, fiind așadar necesară eliminarea acestuia.
26	02.04.2025	Gândul Media Network SRL	laura.cretu@2222.ro	Art. 83 (3) În cazul în care informația provine din surse confidențiale sau a căror credibilitate nu este suficient verificată, se va menționa explicit acest fapt.	Considerăm că este excesiv și nelegal să pună în vedere mediei să menționeze explicit faptul că informația provine din surse confidențiale, întrucât această obligație ar putea conduce la deoalarea identității sursei protejate.
27	02.04.2025	Gândul Media Network SRL	laura.cretu@2222.ro	Art. 169 (2) Publicitatea politică înseamnă	Definirea publicității politice prin art. 169 alin. (2) este incertă, neclară și lasă loc unor

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatore	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatore	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				promovarea, publicarea, distribuirea sau difuzarea, prin rețele de comunicații electronice, a unui mesaj, în mod normal în schimbul unei remunerații sau prin activități interne sau ca parte a unei campanii de publicitate politică.	interpretări, neînțelegându-se ce reprezintă „activitățile interne”. În consecință, considerăm oportună redefinirea acestora.
28	02.04.2025	Asociația Civică Dreptate - Filiala Prahova	c_costel69@yahoo.com		Retragerea acestui proiect CNA își lărgeste de facto jurisdicția la tot conținutul video online, într-un mod abuziv, uzurpând rolul Parlamentului ca unic legiuitor. CNA este singura autoritate din UE care reglementează tot conținutul video online cu de la sine putere, interpretând abuziv art. 9 din Regulamentul (UE) 2022/2065 privind serviciile digitale (DSA) și Legea nr. 50/2024.
29	03.04.2025	Asociația Română a Producătorilor de medicamente fără prescripție, suplimente alimentare și dispozitive medicale (RASCI)	diana.mereu@rasci.ro	Art. 118 (1) Comunicările comerciale pentru convorbiri telefonice erotice, precum și pentru produse și servicii cu destinație sexuală sunt interzise.	Adăugarea alin. (1) ¹ : (1) ¹ Alin. (1) al prezentului art. nu se aplică dispozitivelor medicale cu rol de prevenire a bolilor cu transmitere sexuală și de control al concepției reglementate prin legislația specifică.
30	03.04.2025	Asociația Română a Producătorilor de medicamente fără prescripție, suplimente alimentare și dispozitive medicale (RASCI)	diana.mereu@rasci.ro	Titlul X - Comunicări comerciale audiovizuale Cap. IV - Publicitate și teleshopping Secțiunea a 7-a – Mesaje de conștientizare Art. 150 alin. (1)	„Pentru sănătatea dumneavoastră, citiți cu atenție prospectul sau informațiile de pe etichetă și utilizați responsabil medicamentele fără rețetă, suplimentele alimentare și dispozitivele medicale.”
31	03.04.2025	Asociația Română a	diana.mereu@rasci.ro	Art. 152	

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatore	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatore	Conținut propunere/ sugestie/opinie
		Producătorilor de medicamente fără prescripție, suplimente alimentare și dispozitive medicale (RASCI)		(2) Pot fi difuzate numai materialele publicitare avizate de Agenția Națională a Medicamentului și a Dispozitivelor Medicale, în conformitate cu dispozițiile cuprinse în cap. VIII „Publicitatea” și cap. IX „Informarea publicului” din titlul XVIII „Medicamentul” al Legii nr. 95/2006 privind reforma în domeniul sănătății, republicată, cu modificările și completările ulterioare.	(2) Pot fi difuzate numai materialele publicitare avizate de Agenția Națională a Medicamentului din România , în conformitate cu dispozițiile cuprinse în cap. VIII „Publicitatea” și cap. IX „Informarea publicului” din titlul XVIII „Medicamentul” al Legii nr. 95/2006 privind reforma în domeniul sănătății, republicată, cu modificările și completările ulterioare și în Ordinul Ministerului Sănătății nr. 194/2015 privind aprobarea Normelor pentru evaluarea și avizarea publicității la medicamentele de uz uman, cu modificările și completările ulterioare.
32	03.04.2025	Asociația Română a Producătorilor de medicamente fără prescripție, suplimente alimentare și dispozitive medicale (RASCI)	diana.mereu@rasci.ro	Art. 154 (1) Promovarea medicamentelor în serviciile media audiovizuale va include în mod obligatoriu următoarele: a) denumirea produsului; b) denumirea comună, dacă produsul conține un singur ingredient activ; c) indicația terapeutică (afecțiunile pentru care se folosește produsul medicamentos); d) avertizarea sonoră „Acesta este un medicament. Citiți cu atenție prospectul.”; e) avertizarea scrisă, prevăzută la art. 815 alin. (1) lit. b) liniuța a treia din Legea nr. 95/2006, republicată, cu modificările și completările ulterioare.	(1) Promovarea medicamentelor în serviciile media audiovizuale și pe canal internet (inclusiv prin intermediul rețelelor de socializare, aplicațiilor mobile, al altor platforme online și paginilor web) va include în mod obligatoriu următoarele: a) denumirea produsului; b) denumirea comună, dacă produsul conține un singur ingredient activ; c) indicația terapeutică (afecțiunile pentru care se folosește produsul medicamentos); d) avertizarea sonoră „Acesta este un medicament. Citiți cu atenție prospectul.”; e) avertizarea scrisă, prevăzută la art. 815 alin. (1) lit. b) liniuța a treia din Legea nr. 95/2006, republicată, cu modificările și completările ulterioare.
33	03.04.2025	Asociația Română a Producătorilor de medicamente fără	diana.mereu@rasci.ro	Art. 156 (2) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping în care	(2) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping în care personal medical sau

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
		prescripție, suplimente alimentare și dispozitive medicale (RASCI)		personal medical sau farmaciști recomandă ori avizează produse alimentare destinate minorilor, medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare.	farmaciști profesioniști din domeniul sănătății recomandă ori avizează produse alimentare destinate minorilor, medicamente, tratamente medicale, produse homeopate și dispozitive medicale, cu excepția celor destinate îngrijirii personale și suplimente alimentare.
34	03.04.2025	Asociația Română a Producătorilor de medicamente fără prescripție, suplimente alimentare și dispozitive medicale (RASCI)	diana.mereu@rasci.ro	Art. 156 (3) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping pentru medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare, dacă prezentările conțin recomandări ori avize ale asociațiilor medicale.	(3) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping pentru medicamente, tratamente medicale, produse homeopate și dispozitive medicale, cu excepția celor destinate îngrijirii personale și suplimente alimentare, dacă prezentările conțin recomandări ori avize ale asociațiilor din domeniul sănătății medicale.
35	03.04.2025	Asociația Română a Producătorilor de medicamente fără prescripție, suplimente alimentare și dispozitive medicale (RASCI)	diana.mereu@rasci.ro	Art. 157 (1) Este interzisă difuzarea de publicitate pentru medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare în emisiuni destinate minorilor ori în pauzele publicitare care precedă sau urmează unor astfel de emisiuni. (2) Producătorii și distribuitorii de medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare nu pot sponsoriza programele ori emisiunile destinate minorilor. (3) Publicitatea și teleshoppingul la produse și tratamente pentru probleme de natură sexuală nu pot fi difuzate decât în intervalul orar 22,00 - 6,00. (4) Dispozițiile alin. (1) și (2) se	(1) Este interzisă difuzarea de publicitate pentru medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare în emisiuni destinate minorilor ori în pauzele publicitare care precedă sau urmează unor astfel de emisiuni. (2) Producătorii și distribuitorii de medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare nu pot sponsoriza programele ori emisiunile destinate minorilor. (3) Publicitatea și teleshoppingul la produse si tratamente pentru probleme de natură sexuală nu pot fi difuzate decât în intervalul orar 22,00-6,00. (4) Alin. (1) – (3) ale prezentului art. nu se aplică dispozitivelor medicale cu rol de prevenire a bolilor cu transmitere sexuală și de control al concepției reglementate prin

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	legislația specifică. (5) Dispozițiile alin. (1) și (2) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.
36	03.04.2025	Asociația Română a Producătorilor de medicamente fără prescripție, suplimente alimentare și dispozitive medicale (RASCI)	diana.mereu@rasci.ro	Art. 158 (1) Este interzisă menționarea în publicitate sau în teleshopping a unor indicații terapeutice referitoare la boli precum: a) tuberculoză; b) bolile cu transmitere sexuală; c) alte boli infecțioase grave; d) cancer și alte boli tumorale; e) insomnia cronică; f) diabet și alte boli metabolice.	(1) Este interzisă menționarea în publicitate sau în teleshopping a unor indicații terapeutice referitoare la boli precum: a) tuberculoză; b) bolile cu transmitere sexuală; b) alte boli infecțioase grave; c) cancer și alte boli tumorale; d) insomnia cronică; e) diabet și alte boli metabolice.
37	07.04.2025	Coameșu Mihai-Alexandru	coamesumihai@gmail.com		Solicită retragerea întregului proiect de act normativ. N.n. Sunt formulate comentarii și opinii de natură personală cu privire la anumite dispoziții din proiectul de Decizie [art. 51 alin. (1), art. 52 alin. (1)-(4), art. 53 alin. (1), art. 83 alin. (1) lit. a), b) și f), art. 85 alin. (1), art. 86 alin. (1), art. 88, art. 89 alin. (1), art. 92 alin. (1), art. 104, art. 105, art. 106, art. 107, art. 108 alin. (2), art. 109, art. 159 alin. (1) lit. d)], însă acestea nu pot fi reținute în Registrul drept propuneri în concret pentru modificarea sau completarea normelor propuse.
38	08.04.2025	Ministerul Educației și Cercetării	cabinetssgp@edu.gov.ro	Titlul X - Comunicări comerciale audiovizuale Cap. IV - Publicitate și teleshopping	„Internetul nu înlocuiește medicul!” „Fii inteligent, nu crede tot ce citești și vezi!” „Consultă întotdeauna specialistul cu privire la sănătatea ta!”

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				Secțiunea a 7-a – Mesaje de conștientizare Art. 150 alin. (1) (fost art. 120 alin. (5))	„Ai grijă de tine, rămâi informat și fii în siguranță!”
39	08.04.2025	Asociația Societăților Financiare din România - ALB	office_alb@alb-romania.ro	Art. 116 - (1) În scopul unei informări corecte, orice informație sau avertizare conținută într-o comunicare comercială audiovizuală se difuzează astfel încât aceasta să fie clar percepută de public, în special prin următoarele măsuri: asigurarea următoarelor măsuri: a) să fie prezentată static, lizibil și pe o durată suficientă, în cazul informației difuzate sub formă de videotext; dimensiunea caracterelor trebuie să fie de minimum 17 puncte în format SD, definiție standard, respectiv 32 în format HD, înaltă definiție; b) să fie redată la viteză normală de citire. (2) În cadrul comunicărilor comerciale audiovizuale pentru instituții financiare nebancare, informația cu privire la dobânda anuală efectivă (DAE) trebuie să fie prezentată distinct pe toată durata difuzării, în partea stânga-sus a ecranului, iar dimensiunea caracterelor trebuie să fie de minimum 51 puncte în format SD, definiție standard, respectiv 96 în format HD, înaltă definiție.	Art. 116 - (1) În scopul unei informări corecte, orice informație sau avertizare conținută într-o comunicare comercială audiovizuală se difuzează astfel încât aceasta să fie clar percepută de public, în special prin următoarele măsuri: a) să fie prezentată static, lizibil și pe o durată suficientă, în cazul informației difuzate sub formă de videotext; dimensiunea caracterelor trebuie să fie de minimum 17 puncte în format SD, definiție standard, respectiv 32 în format HD, înaltă definiție; b) să fie redată la viteză normală de citire. (2) În cadrul comunicărilor comerciale audiovizuale pentru instituții financiare nebancare, informația cu privire la dobânda anuală efectivă (DAE) trebuie să fie prezentată distinct pe toată durata difuzării, în partea stânga-sus a ecranului, iar dimensiunea caracterelor trebuie să fie de minimum 51 puncte în format SD, definiție standard, respectiv 96 în format HD, înaltă definiție. (3) Comunicările comerciale audiovizuale referitoare la ofertele instituțiilor financiare nebancare trebuie să conțină, indiferent de modalitatea de difuzare, avertizarea sonoră și serisă: „Citiți cu atenție prevederile contractuale. Acest tip de împrumut prezintă un grad ridicat de risc financiar și de executare a

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				(3) Comunicările comerciale audiovizuale referitoare la ofertele instituțiilor financiare nebancare trebuie să conțină, indiferent de modalitatea de difuzare, avertizarea sonoră și scrisă: „Citiți cu atenție prevederile contractuale. Acest tip de împrumut prezintă un grad ridicat de risc financiar și de executare a bunurilor.” (4) Avertizarea menționată la alin. (3) se va difuza pe copertă neutră la finalul fiecărui spot publicitar, sonor și vizual, cu respectarea prevederilor alin. (1) în condiții care să asigure o percepție clară a mesajului, printr-o pronunțare normală, neaccelerată. Pe posturile de radiodifuziune avertizarea va fi prezentată doar sonor. (5) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	(4) Avertizarea menționată la alin. (3) se va difuza pe copertă neutră la finalul fiecărui spot publicitar, sonor și vizual, cu respectarea prevederilor alin. (1) în condiții care să asigure o percepție clară a mesajului, printr-o pronunțare normală, neaccelerată. Pe posturile de radiodifuziune avertizarea va fi prezentată doar sonor. (5) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.
40	10.04.2025	Patronatul Român al Industriei Suplimentelor Alimentare (PRISA)	office@prisa.ro	Art. 145 - (1) Publicitatea la produsele alimentare trebuie să respecte următoarele condiții: a) să nu încurajeze consumul excesiv de alimente; b) să nu încurajeze consumul de alimente prin folosirea în publicitate a minorilor cu vârsta între 3 și 15 ani; c) să nu sugereze renunțarea la consumul de fructe, legume sau de	Propun adăugarea la alin. (1) a textului „cu excepția suplimentelor alimentare”, după cum urmează: Art. 145 - (1) Publicitatea la produsele alimentare, cu excepția suplimentelor alimentare, trebuie să respecte următoarele condiții:

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				alimente naturale; d) să respecte dispozițiile Regulamentului (CE) nr. 1924/2006 al Parlamentului European și al Consiliului din 20 decembrie 2006 privind mențiunile nutriționale și de sănătate înscrise pe produsele alimentare, precum și dispozițiile legislației naționale în vigoare referitoare la aceste produse. (2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	
41	10.04.2025	Patronatul Român al Industriei Suplimentelor Alimentare (PRISA)	office@prisa.ro	Art. 161 - (1) Publicitatea și teleshoppingul la suplimentele alimentare vor include în mod obligatoriu următoarele: a) avertizarea „Acesta este un supliment alimentar. Citiți cu atenție prospectul/informațiile de pe ambalaj.”; b) informațiile prezente pe eticheta suplimentului alimentar, în conformitate cu dispozițiile art. 7 alin. (4) din Legea nr. 56/2021 privind suplimentele alimentare, cu modificările și completările ulterioare. (2) Durata avertizării menționate la alin. (1) lit. a) va fi de minimum 3 secunde și aceasta va fi difuzată la sfârșitul spotului publicitar; pe posturile de televiziune avertizarea va fi prezentată atât sonor, cât și vizual.	

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				(3) Avertizările menționate la alin. (1) lit. b) se vor difuza în condiții care să asigure o percepție clară a mesajului, printr-o pronunțare normală, neaccelerată, conform dispozițiilor art. 116. (4) În cazul reminderului, textul precizat la alin. (1) lit. a) va fi prezentat pe parcursul difuzării spotului publicitar, în condiții care să asigure o percepție clară a mesajului, conform dispozițiilor art. 116. (5) Prin derogare de la prevederile alin. (1) lit. b), publicitatea în formă prescurtată (reminder) va include cel puțin una dintre avertizările prevăzute la art. 7 alin. (4) din Legea nr. 56/2021 privind suplimentele alimentare, cu modificările și completările ulterioare, sub formă scrisă. (6) În cazul reminderului, avertizările menționate la alin. (1) lit. b) se vor difuza în condițiile prevăzute la art. 116. (7) Dispozițiile alin. (1) - (6) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	Propun modificarea alin. (3), după cum urmează: (3) Avertizările menționate la alin. (1) lit. b) se vor difuza în condiții care să asigure o percepție clară a mesajului, printr-o pronunțare normală, neaccelerată, conform dispozițiilor art. 116.
42	14.04.2025	Asociația Română a Băncilor	arb@arb.ro	Titlul X - Comunicări comerciale audiovizuale Cap. IV - Publicitate și teleshopping Secțiunea a 7-a – Mesaje de	„Pentru a vă proteja de fraudele online, NU divulgați date personale, datele cardului și parolele de acces la conturile bancare.”

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				conștientizare Art. 150 alin. (1)	Prin raportare la mesajul de avertizare de la dispoziția precedentă, art. 120 alin. (5), poziția 27 (marginal 463), propus de către Ministerul Cercetării, Inovării și Digitalizării (prin adresa nr. 9338/13.08.2024).
43	14.04.2025	B. N.		Art. 32 (2) Înainte de difuzarea unor imagini șocante, a unor scene de violență sau cu impact emoțional negativ care pot impresiona în mod neplăcut telespectatorii, aceștia vor fi avertizați verbal: „Atenție! Imagini și informații care vă pot afecta emoțional.” și eventual marcarea discretă a materialelor menționate ce va fi și afișată static și lizibil; radiodifuzorii nu pot prezenta scene de violență în mod repetat în cadrul aceleiași producții audiovizuale.	Afișarea unui avertisment general la începutul jurnalului: „Această emisiune conține imagini și detalii care pot afecta emoțional anumite categorii de public” și eventual marcarea discretă a materialelor sensibile prin simboluri grafice sau anunțuri mai puțin intruzive.
44	14.04.2025	Global Interactive Solution Ltd (WINBET)	management@winbet.ro	Art. 110 (7) Este interzisă difuzarea de publicitate pentru jocuri de noroc în care sunt prezente personalități ale vieții publice, culturale, științifice, sportive sau de alte persoane, care, datorită notorietății în mediul online, pot încuraja participarea la astfel de jocuri.	(8) Prin excepție de la prevederile alin. (7), este permisă difuzarea de comunicări comerciale audiovizuale privind jocurile de noroc care includ personalitățile enumerate mai sus, cu condiția ca acestea să promoveze campanii de responsabilitate socială și/sau mesaje privind jocul responsabil, responsabilitate și conștientizarea riscurilor asociate practicării jocurilor de noroc. La nivel european, Comisia Europeană definește CSR drept „un concept prin intermediul căruia companiile integrează, pe bază voluntară, preocupările sociale și de mediu în activitățile lor comerciale și în interacțiunile cu părțile

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
					interesate”
45	14.04.2025	Asociația Farmaciilor Independente „Ethica”	afiethica@gmail.com	Secțiunea a 8-a Publicitate la medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale, suplimente alimentare și la alimente cu destinație nutrițională specială	Secțiunea a 8-a Publicitate la medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale, suplimente alimentare, alimente cu destinație nutrițională specială și la alte produse destinate sănătății
46	14.04.2025	Asociația Farmaciilor Independente „Ethica”	afiethica@gmail.com	Art. 151 (1) Prin publicitate audiovizuală pentru produse medicale se înțelege orice formă de promovare destinată să stimuleze distribuirea, consumul sau vânzarea medicamentelor și a dispozitivelor medicale.	(1) Prin publicitate audiovizuală pentru medicamente, dispozitive medicale, suplimente alimentare, alimente cu destinație nutrițională specială și la alte produse destinate sănătății , se înțelege orice formă de promovare destinată să stimuleze distribuirea, consumul sau vânzarea a acestora.
47	14.04.2025	Asociația Farmaciilor Independente „Ethica”	afiethica@gmail.com	Art. 152 (1) Sunt interzise publicitatea și teleshoppingul pentru medicamentele și tratamentele medicale care necesită prescripție medicală. (2) Pot fi difuzate numai materialele publicitare avizate de Agenția Națională a Medicamentului și a Dispozitivelor Medicale, în conformitate cu dispozițiile cuprinse în cap. VIII „Publicitatea” și cap. IX „Informarea publicului” din titlul XVIII „Medicamentul” al Legii nr. 95/2006 privind reforma în domeniul sănătății, republicată, cu modificările și completările ulterioare. (3) În programele audiovizuale nu pot fi recomandate medicamente identificate prin marcă sau denumire	(1) Sunt interzise publicitatea și teleshoppingul pentru medicamentele care se eliberează doar pe bază de prescripție medicală, precum și pentru farmacii identificate prin marcă.

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatore	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatore	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				comercială, tratamente medicale, farmacii, cabinete medicale și medico-dentare. (4) Dispozițiile alin. (1) - (3) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	
48	14.04.2025	Asociația Farmaciilor Independente „Ethica”	afiethica@gmail.com	Art. 153 (1) Sunt interzise publicitatea și teleshoppingul la medicamente care conțin substanțe definite ca stupefiante sau psihotrope. (2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	Propun eliminarea acestui art.
49	14.04.2025	Asociația Farmaciilor Independente „Ethica”	afiethica@gmail.com	Art. 154 (1) Promovarea medicamentelor în serviciile media audiovizuale va include în mod obligatoriu următoarele: a) denumirea produsului; b) denumirea comună, dacă produsul conține un singur ingredient activ; c) indicația terapeutică (afecțiunile pentru care se folosește produsul medicamentos); d) avertizarea sonoră „Acesta este un medicament. Citiți cu atenție prospectul.”; e) avertizarea scrisă, prevăzută la art. 815 alin. (1) lit. b) liniuța a treia din Legea nr. 95/2006, republicată, cu modificările și completările ulterioare.	(1) Promovarea medicamentelor care se eliberează fără prescripție medicală (OTC) în serviciile media audiovizuale va include în mod obligatoriu următoarele:

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				(2) Prin derogare de la prevederile alin. (1), publicitatea în formă prescurtată (reminder) va include cel puțin avertizarea prevăzută la alin. (1) lit. d), sub formă scrisă. (3) Avertizarea menționată la alin. (1) lit. d) se va difuza în condiții care să asigure o percepție clară a mesajului, printr-o pronunțare normală, neaccelerată. (4) Avertizările menționate la alin. (1) lit. e) și la alin. (2) se vor difuza în condițiile prevăzute la art. 116. (5) Dispozițiile alin. (1) - (3) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	
50	14.04.2025	Asociația Farmaciilor Independente „Ethica”	afiethica@gmail.com	Art. 156 (1) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping pentru medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare prezentate sau recomandate de personalități ale vieții publice, culturale, științifice, sportive ori de alte persoane, care, datorită celebrității lor, pot încuraja consumul acestor produse sau tratamente. (2) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping în care personal medical sau farmaciști recomandă ori avizează produse alimentare destinate minorilor,	(1) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping pentru medicamente, dispozitive medicale, suplimente alimentare, precum și pentru farmacii identificate prin marcă, prezentate sau recomandate de personalități ale vieții publice, culturale, științifice, sportive ori de alte persoane, care, datorită celebrității lor, pot încuraja consumul acestor produse sau tratamente, precum și de către farmaciști, medici sau personal medical ori actori care impersonează astfel de profesii. (2) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping în care personal medical sau farmaciști, ori actori care impersonează astfel de profesii, recomandă ori avizează produse alimentare destinate minorilor, medicamente, dispozitive medicale și suplimente alimentare.

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare. (3) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping pentru medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare, dacă prezentările conțin recomandări ori avize ale asociațiilor medicale. (4) Dispozițiile alin. (1) - (3) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	(3) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping pentru medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare, dacă prezentările conțin recomandări ori avize ale asociațiilor medicale.
51	14.04.2025	Asociația Farmaciilor Independente „Ethica”	afiethica@gmail.com	Art. 157 (1) Este interzisă difuzarea de publicitate pentru medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare în emisiuni destinate minorilor ori în pauzele publicitare care precedă sau urmează unor astfel de emisiuni. (2) Producătorii și distribuitorii de medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare nu pot sponsoriza programele ori emisiunile destinate minorilor. (3) Publicitatea și teleshoppingul la produse și tratamente pentru probleme de natură sexuală nu pot fi difuzate decât în intervalul orar 22,00 - 6,00.	(1) Este interzisă difuzarea de publicitate pentru medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare în emisiuni destinate minorilor ori în pauzele publicitare care precedă sau urmează unor astfel de emisiuni. (2) Producătorii și distribuitorii de medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare nu pot sponsoriza programele ori emisiunile destinate minorilor.

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatore	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatore	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				(4) Dispozițiile alin. (1) și (2) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	
52	14.04.2025	Asociația Farmaciilor Independente „Ethica”	afiethica@gmail.com	Art. 158 (1) Este interzisă menționarea în publicitate sau în teleshopping a unor indicații terapeutice referitoare la boli precum: a) tuberculoză; b) bolile cu transmitere sexuală; c) alte boli infecțioase grave; d) cancer și alte boli tumorale; e) insomnia cronică; f) diabet și alte boli metabolice. (2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	Cum au fost selectate aceste boli, având în vedere că sunt dintr-un spectru foarte diferit (boli cu transmitere sexuală vs. diabet sau insomnie)?
53	14.04.2025	Asociația Farmaciilor Independente „Ethica”	afiethica@gmail.com	Art. 159 (1) Publicitatea la medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare nu trebuie să conțină nicio mențiune care: a) să dea impresia că o consultație medicală sau o intervenție chirurgicală nu este necesară, în special prin oferirea unor sugestii de diagnostic sau de tratament la distanță; b) să sugereze că efectul tratamentului cu medicamentul respectiv este garantat, nu este însoțit de reacții adverse sau că efectul este mai bun ori echivalent cu cel al altui tratament sau medicament; c) să sugereze că starea de sănătate a subiectului poate fi îmbunătățită prin utilizarea medicamentului respectiv;	(1) Publicitatea pentru medicamentele care se eliberează fără prescripție medicală nu trebuie să conțină nicio mențiune care: a) să dea impresia că o consultație medicală sau o intervenție chirurgicală nu este necesară, în special prin oferirea unor sugestii de diagnostic sau de tratament la distanță; b) să sugereze că efectul tratamentului cu medicamentul respectiv este garantat, nu este însoțit de reacții adverse sau că efectul este mai bun ori echivalent cu cel al altui tratament sau medicament; c) să sugereze că starea de sănătate a subiectului poate fi îmbunătățită prin utilizarea medicamentului respectiv;

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatore	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatore	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				suplimentele alimentare respective d) să sugereze că starea de sănătate a este garantat, nu este însoțit de reacții subiectului poate fi afectată dacă nu se utilizează adverse sau că efectul este mai bun ori medicamentul; această interdicție nu se aplică echivalent cu cel al altui tratament sau campaniilor de vaccinare prevăzute la art. 813 medicamente, tratamente medicale, alin. (4) din Legea nr. 95/2006, republicată, cu produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare; e) să se adreseze exclusiv sau în special medicale și suplimente alimentare; e) să se adreseze exclusiv sau în special c) să sugereze că starea de sănătate a copiilor; subiectului poate fi îmbunătățită prin f) să sugereze că medicamentul este un utilizarea medicamentelor, aliment, produs cosmetic sau alt produs de tratamentelor medicale, produselor consum; homeopate, dispozitivelor medicale și g) să sugereze că siguranța sau eficacitatea a suplimentelor alimentare respective; medicamentului este datorată faptului că acesta d) să sugereze că starea de sănătate a este natural; subiectului poate fi afectată dacă nu se h) să poată, printr-o descriere sau utilizează medicamentul, tratamentul reprezentare detaliată a unui caz, să ducă la o medical, produsul homeopat, autodiagnosticare eronată; dispozitivul medical și suplimentului i) să ofere, în termeni inadecvați, alarmanți alimentară respectiv; această interdicție sau înșelători, asigurări privind vindecarea; nu se aplică campaniilor de vaccinare j) să folosească, în termeni inadecvați, prevăzute la art. 813 alin. (4) din alarmanți sau înșelători, reprezentări vizuale ale Legea nr. 95/2006, republicată, cu schimbărilor în organismul uman cauzate de boli modificările și completările ulterioare; sau leziuni ori de acțiuni ale medicamentelor e) să se adreseze exclusiv sau în asupra organismului uman sau a unei părți a acestuia. f) să sugereze că medicamentele, (2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod tratamentele medicale, produsele corespunzător și în cazul serviciilor media homeopate, dispozitivele medicale și audiovizuale la cerere, furnizate prin orice suplimentele alimentare sunt un mijloc. aliment, produs cosmetic sau alt produs de consum; g) să sugereze că siguranța sau eficacitatea medicamentului, tratamentului medical, produsului	

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatore	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatore	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				homeopat, dispozitivului medical și a suplimentului alimentar este datorată faptului că acesta este natural; h) să poată, printr-o descriere sau reprezentare detaliată a unui caz, să ducă la o autodiagnosticare eronată; i) să ofere, în termeni inadecvați, alarmanți sau înșelători, asigurări privind vindecarea; j) să folosească, în termeni inadecvați, alarmanți sau înșelători, reprezentări vizuale ale schimbărilor în organismul uman cauzate de boli sau leziuni ori de acțiuni ale medicamentelor, tratamentelor medicale, produselor homeopate, dispozitivelor medicale și ale suplimentelor alimentare asupra organismului uman sau a unei părți a acestuia. (2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	
54	14.04.2025	Asociația Farmaciilor Independente „Ethica”	afiethica@gmail.com		Propunem introducerea unui articol nou, art. 159¹, care se referă la publicitatea la suplimente alimentare și la alte produse destinate sănătății: Art. 159¹ (1) În publicitatea audiovizuală referitoare la suplimente alimentare și la alte produse destinate sănătății, este interzisă proprietăților de prevenire, tratare sau vindecare a unei boli

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
					umane sau referirea la asemenea proprietăți, precum nici referirea la o anumită afecțiune, boală umană sau caracteristici ale acestora. (2) Publicitatea audiovizuală privind suplimentele alimentare și altor produse destinate sănătății nu trebuie să conțină următoarele mențiuni: a) proprietatea de prevenire, tratare sau vindecare a unei afecțiuni sau boli umane, precum și referirea la astfel de proprietăți; b) simptome ale unor afecțiuni sau boli umane, precum nici asocierea acestora cu suplimentul alimentar; c) statistici privind anumite boli umane, precum prevalență, mortalitate sau morbiditate, precum nici asocierea acestora cu suplimentul alimentar; d) referirea sau asocierea specialiștilor în domeniul sănătății (medici, farmaciști, medici stomatologi) sau a unităților sanitare și farmaceutice cu recomandarea sau comercializarea suplimentelor alimentare; e) orice altfel de referire sau asociere între o afecțiune sau boală umană și suplimentul alimentar. (3) Publicitatea audiovizuală privind suplimentele alimentare și altor produse destinate sănătății trebuie să conțină următoarele mențiuni: a) o atenționare că suplimentele alimentare nu trebuie să înlocuiască o alimentație variată și adecvată; b) o recomandare de consultare a medicului sau farmacistului, în vederea analizării necesității administrării suplimentului alimentar.

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatore	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatore	Conținut propunere/ sugestie/opinie
					(4) Dispozițiile alin. (1) - (3) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.
55	14.04.2025	Asociația Farmaciilor Independente „Ethica”	afiethica@gmail.com		Propunem introducerea unui articol nou, art. 159², care se referă la publicitatea la dispozitive medicale: Art. 159² (1) Publicitatea pentru un dispozitiv medical: a) trebuie să încurajeze utilizarea rațională a dispozitivului medical, prin prezentarea lui obiectivă și fără a-i exagera proprietățile; b) nu trebuie să fie înșelătoare; c) trebuie să conțină informații corecte, actualizate, verificabile și suficient de complete pentru a permite, după caz, publicului larg să înțeleagă modul de utilizare a dispozitivului medical, iar profesioniștilor din domeniul sănătății să aprecieze caracteristicile și performanțele dispozitivului medical. (2) Este interzisă publicitatea pentru un dispozitiv medical al cărui mod de atingere a scopului propus nu poate fi susținut de dovezi clinice. (3) Toate informațiile conținute în materialul publicitar pentru un dispozitiv medical trebuie să corespundă cu informațiile ce se regăsesc în instrucțiunile/manualul de utilizare ale/al produsului. (4) Este interzisă publicitatea destinată publicului larg pentru dispozitive medicale cu scopuri speciale, care se utilizează numai conform unei recomandări medicale.

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
					(5) Este permisă publicitatea destinată publicului larg doar pentru acele dispozitive medicale care, prin scop, sunt destinate a fi utilizate fără intervenția personalului medical calificat în scopul stabilirii diagnosticului, recomandării acestora sau pentru monitorizarea tratamentului, fiind suficiente, la nevoie, sfaturile farmaciștilor. (6) Publicitatea audiovizuală referitoare la dispozitive medicale: a) trebuie să fie conceput astfel încât să fie clar că mesajul este de natură publicitară și că produsul este evident identificat ca dispozitiv medical; b) trebuie să includă cel puțin următoarele informații: denumirea dispozitivului medical, definirea clară a scopului propus pentru utilizare, informațiile necesare pentru utilizarea corectă a dispozitivului medical și o invitație expresă, lizibilă, de a citi cu atenție instrucțiunile din manualul de utilizare al produsului. (7) Publicitatea pentru dispozitive medicale destinată publicului larg nu trebuie să conțină nicio mențiune care: a) să sugereze că impresia că o consultație medicală sau o intervenție chirurgicală nu este necesară; b) să sugereze că diagnosticul, rezultatul determinării, stabilit cu un dispozitiv medical este garantat, nu poate fi însoțit de erori sau că efectul tratamentului cu un dispozitiv medical este garantat, nu este însoțit de reacții adverse sau că efectul este mai bun ori echivalent cu cel al altui tratament cu alt dispozitiv medical sau

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
					medicament; c) să sugereze că starea de sănătate a subiectului poate fi afectată dacă nu se utilizează dispozitivul medical; d) să se adreseze exclusiv copiilor; e) să facă referire la o recomandare a oamenilor de știință, profesioniștilor din domeniul sănătății sau persoanelor care nu fac parte din aceste categorii, dar a căror celebritate poate încuraja utilizarea dispozitivului medical; f) să sugereze că dispozitivul medical este un produs cosmetic sau de relaxare sau alt produs de consum; g) să sugereze că siguranța sau eficacitatea dispozitivului medical este datorată faptului că acesta este natural; h) să poată, printr-o descriere sau reprezentare detaliată a unui caz, să ducă la o autodiagnosticare eronată; i) să ofere, în termeni inadecvați, alarmanți sau înșelători, asigurări privind vindecarea prin utilizarea dispozitivului medical respectiv; j) să folosească, în termeni inadecvați, alarmanți sau înșelători, reprezentări vizuale ale schimbărilor în organismul uman cauzate de boli sau leziuni ori de acțiuni ale dispozitivelor medicale asupra organismului uman sau a unei părți a acestuia. (8) Dispozițiile alin. (1) - (7) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.
56	14.04.2025	Asociația Farmaciilor Independente „Ethica”	afiethica@gmail.com	Art. 161 (1) Publicitatea și teleshoppingul la	Prevederile de la art 161 pot fi incluse în propunerea asociației de introducere a art. 159 ¹ .

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatore	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatore	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				suplimentele alimentare vor include în mod obligatoriu următoarele: a) avertizarea „Acesta este un supliment alimentar. Citiți cu atenție prospectul/informațiile de pe ambalaj.”; b) informațiile prezente pe eticheta suplimentului alimentar, în conformitate cu dispozițiile art. 7 alin. (4) din Legea nr. 56/2021 privind suplimentele alimentare, cu modificările și completările ulterioare. (2) Durata avertizării menționate la alin. (1) lit. a) va fi de minimum 3 secunde și aceasta va fi difuzată la sfârșitul spotului publicitar; pe posturile de televiziune avertizarea va fi prezentată atât sonor, cât și vizual. (3) Avertizările menționate la alin. (1) lit. b) se vor difuza în condiții care să asigure o percepție clară a mesajului, printr-o pronunțare normală, neaccelerată, conform dispozițiilor art. 116. (4) În cazul reminderului, textul precizat la alin. (1) lit. a) va fi prezentat pe parcursul difuzării spotului publicitar, în condiții care să asigure o percepție clară a mesajului, conform dispozițiilor art. 116. (5) Prin derogare de la prevederile alin. (1) lit. b), publicitatea în formă prescurtată (reminder) va include cel puțin una dintre avertizările prevăzute	

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				la art. 7 alin. (4) din Legea nr. 56/2021 privind suplimentele alimentare, cu modificările și completările ulterioare, sub formă scrisă. (6) În cazul reminderului, avertizările menționate la alin. (1) lit. b) se vor difuza în condițiile prevăzute la art. 116. (7) Dispozițiile alin. (1) - (6) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	
57	15.04.2025	Colegiul Farmaciștilor din România	secretariat@colegiulfarmacistilor.ro	Art. 151 (1) Prin publicitate audiovizuală pentru produse medicale se înțelege orice formă de promovare destinată să stimuleze distribuția, consumul sau vânzarea medicamentelor și a dispozitivelor medicale.	(1) Prin publicitate audiovizuală pentru produse destinate sănătății se înțelege orice formă de promovare destinată să stimuleze distribuția, consumul sau vânzarea medicamentelor, a dispozitivelor medicale, a produselor homeopate, a suplimentelor alimentare și a alimentelor cu destinație nutrițională specială.
58	15.04.2025	Colegiul Farmaciștilor din România	secretariat@colegiulfarmacistilor.ro	Art. 155 (1) Este interzisă difuzarea de publicitate și de teleshopping pentru produse de larg consum care invocă avize sau recomandări medicale; fac excepție produsele destinate igienei.	(1) Este interzisă difuzarea de publicitate și de teleshopping pentru produse de larg consum care invocă avize sau recomandări ale specialiștilor din domeniul sanitar ; fac excepție produsele destinate igienei.
59	15.04.2025	Colegiul Farmaciștilor din România	secretariat@colegiulfarmacistilor.ro	Art. 156 (1) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping pentru medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare prezentate sau recomandate de	Propun introducerea unui nou alineat cu următorul cuprins: (4) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping pentru medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare, dacă prezentările conțin referiri explicite sau implicite

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				personalități ale vieții publice, culturale, științifice, sportive ori de alte persoane, care, datorită celebrității lor, pot încuraja consumul acestor produse sau tratamente. (2) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping în care personal medical sau farmaciști recomandă ori avizează produse alimentare destinate minorilor, medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare. (3) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping pentru medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare, dacă prezentările conțin recomandări ori avize ale asociațiilor medicale.	la denumirea unei unități farmaceutice, respectiv a unui brand marcă înregistrată aparținând unor societăți comerciale în cadrul cărora funcționează una sau mai multe unități farmaceutice.
60	15.04.2025	Colegiul Farmaciștilor din România	secretariat@colegiulfarmacistilor.ro	Art. 157 (1) Este interzisă difuzarea de publicitate pentru medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare în emisiuni destinate minorilor ori în pauzele publicitare care precedă sau urmează unor astfel de emisiuni.	(1) Este interzisă difuzarea de publicitate pentru medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare în emisiuni destinate minorilor ori în pauzele publicitare care precedă sau urmează unor astfel de emisiuni, precum și utilizarea minorilor în orice campanie publicitară destinată acestor produse, unităților sanitare și unităților farmaceutice.
61	15.04.2025	Colegiul Farmaciștilor din România	secretariat@colegiulfarmacistilor.ro	Art. 159 (1) Publicitatea la medicamente,	Propun completarea alin. (1) cu mențiuni care să clarifice faptul că nu se pot face sugestii cu

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare nu trebuie să conțină nicio mențiune care: a) să dea impresia că o consultație medicală sau o intervenție chirurgicală nu este necesară, în special prin oferirea unor sugestii de diagnostic ori de tratament la distanță; b) să sugereze că efectul tratamentului cu medicamentele, tratamentele medicale, produsele homeopate, dispozitivele medicale și suplimentele alimentare respective este garantat, nu este însoțit de reacții adverse sau că efectul este mai bun ori echivalent cu cel al altui tratament sau medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare; c) să sugereze că starea de sănătate a subiectului poate fi îmbunătățită prin utilizarea medicamentelor, tratamentelor medicale, produselor homeopate, dispozitivelor medicale și a suplimentelor alimentare respective; d) să sugereze că starea de sănătate a subiectului poate fi afectată dacă nu se utilizează medicamentul, tratamentul medical, produsul homeopat, dispozitivul medical și	privire la înlocuirea tratamentului recomandat de către medic cu orice alt produs supus publicității. Propun ca nici un produs destinat sănătății să nu facă obiectul unor campanii de marketing adresate populației care să includă tombole, concursuri sau orice altă formă de promovare care să stimuleze achiziția pentru obținerea de câștiguri sau avantaje materiale, întrucât astfel de practici fac posibilă prioritizarea beneficiilor materiale în fața celor medicale. Propun introducerea a trei noi litere, k), l) și m) cu următorul conținut: k) să sugereze în orice modalitate faptul că produsul respectiv poate înlocui tratamentul recomandat de medic, precum și faptul că prin administrarea acestui produs se poate renunța la un astfel de tratament recomandat de către medic; l) să asocieze un medicament, tratament medical, produs homeopat, dispozitiv medical și supliment alimentar cu sigla marcă înregistrată sau cu orice alt element de identificare vizual sau sonor care permite individualizarea unităților farmaceutice sau a societăților comerciale în cadrul cărora funcționează acestea; m) să asocieze eliberarea unui medicament, tratament medical, produs homeopat, dispozitiv medical și supliment alimentar cu tombole, concursuri sau orice altă formă de promovare

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				suplimentul alimentar respectiv; această interdicție nu se aplică campaniilor de vaccinare prevăzute la art. 813 alin. (4) din Legea nr. 95/2006, republicată, cu modificările și completările ulterioare; e) să se adreseze exclusiv sau în special minorilor; f) să sugereze că medicamentele, tratamentele medicale, produsele homeopate, dispozitivele medicale și suplimentele alimentare sunt un aliment, produs cosmetic sau alt produs de consum; g) să sugereze că siguranța sau eficacitatea medicamentului, tratamentul medical, produsului homeopat, dispozitivului medical și a suplimentului alimentar este datorată faptului că acesta este natural; h) să poată, printr-o descriere sau reprezentare detaliată a unui caz, să ducă la o autodiagnosticare eronată; i) să ofere, în termeni inadecvați, alarmanți sau înșelători, asigurări privind vindecarea; j) să folosească, în termeni inadecvați, alarmanți sau înșelători, reprezentări vizuale ale schimbărilor în organismul uman cauzate de boli sau leziuni ori de acțiuni ale medicamentelor, tratamentelor	similară jocurilor de noroc care implică obținerea de câștiguri sau avantaje materiale.

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				medicale, produselor homeopate, dispozitivelor medicale și ale suplimentelor alimentare asupra organismului uman sau a unei părți a acestuia.	
62	15.04.2025	Colegiul Farmaciștilor din județul Brașov	colegfarmbrasov@gmail.com	Secțiunea a 8-a Publicitate la medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale, suplimente alimentare și la alimente cu destinație nutrițională specială	Secțiunea a 8-a Publicitate la medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale, suplimente alimentare, alimente cu destinație nutrițională specială și la alte produse destinate sănătății.
63	15.04.2025	Colegiul Farmaciștilor din județul Brașov	colegfarmbrasov@gmail.com	Art. 151 (1) Prin publicitate audiovizuală pentru produse medicale se înțelege orice formă de promovare destinată să stimuleze distribuția, consumul sau vânzarea medicamentelor și dispozitivelor medicale. (2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	(1) Prin publicitate audiovizuală pentru medicamente, dispozitive medicale, suplimente alimentare, alimente cu destinație nutrițională specială și la alte produse destinate sănătății, se înțelege orice formă de promovare destinată să stimuleze distribuția, consumul sau vânzarea a acestora.
64	15.04.2025	Colegiul Farmaciștilor din județul Brașov	colegfarmbrasov@gmail.com	Art. 152 (1) Sunt interzise publicitatea și teleshoppingul pentru medicamentele și tratamentele medicale care necesită prescripție medicală. (2) Pot fi difuzate numai materialele publicitare avizate de Agenția Națională a Medicamentului și a Dispozitivelor Medicale, în	(1) Sunt interzise publicitatea și teleshoppingul pentru medicamentele care se eliberează doar pe bază de prescripție medicală, precum și pentru farmacii identificate prin marcă.

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				conformitate cu dispozițiile cuprinse în cap. VIII „Publicitatea” și cap. IX „Informarea publicului” din titlul XVIII „Medicamentul” al Legii nr. 95/2006 privind reforma în domeniul sănătății, republicată, cu modificările și completările ulterioare. (3) În programele audiovizuale nu pot fi recomandate medicamente identificate prin marcă sau denumire comercială, tratamente medicale, farmacii, cabinete medicale și medico-dentare. (4) Dispozițiile alin. (1) - (3) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	
65	15.04.2025	Colegiul Farmaciștilor din județul Brașov	colegfarmbrasov@gmail.com	Art. 153 (1) Sunt interzise publicitatea și teleshoppingul la medicamente care conțin substanțe definite ca stupefiante sau psihotrope. (2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	Propun eliminarea acestui art.
66	15.04.2025	Colegiul Farmaciștilor din județul Brașov	colegfarmbrasov@gmail.com	Art. 154 (1) Promovarea medicamentelor în serviciile media audiovizuale va include în mod obligatoriu următoarele: a) denumirea produsului; b) denumirea comună, dacă produsul conține un singur ingredient activ;	(1) Promovarea medicamentelor care se eliberează fără prescripție medicală (OTC) în serviciile media audiovizuale va include în mod obligatoriu următoarele:

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				c) indicația terapeutică (afecțiunile pentru care se folosește produsul medicamentos); d) avertizarea sonoră „Acesta este un medicament. Citiți cu atenție prospectul.”; e) avertizarea scrisă, prevăzută la art. 815 alin. (1) lit. b) liniuța a treia din Legea nr. 95/2006, republicată, cu modificările și completările ulterioare. (2) Prin derogare de la prevederile alin. (1), publicitatea în formă prescurtată (reminder) va include cel puțin avertizarea prevăzută la alin. (1) lit. d), sub formă scrisă. (3) Avertizarea menționată la alin. (1) lit. d) se va difuza în condiții care să asigure o percepție clară a mesajului, printr-o pronunțare normală, neaccelerată. (4) Avertizările menționate la alin. (1) lit. e) și la alin. (2) se vor difuza în condițiile prevăzute la art. 116. (5) Dispozițiile alin. (1) - (3) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	
67	15.04.2025	Colegiul Farmaciștilor din județul Brașov	colegfarmbrasov@gmail.com	Art. 156 (1) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping pentru medicamente, dispozitive medicale, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare	(1) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping pentru medicamente, dispozitive medicale, suplimente alimentare, precum și pentru farmacii identificate prin marcă, prezentate sau recomandate de personalități ale vieții publice, culturale, științifice, sportive ori

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				prezentate sau recomandate de alte persoane, care, datorită celebrității lor, personalități ale vieții publice, pot încuraja consumul acestor produse sau culturale, științifice, sportive ori de tratament, precum și de către farmaciști, medici sau personal medical ori actori care celebrității lor, pot încuraja consumul acestor produse sau tratamente. (2) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping în care farmaciști, ori actori care impersonează astfel de profesii, recomandă ori avizează produse alimentare destinate minorilor, medicamente, dispozitive medicale și suplimente alimentare. (3) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping pentru medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare. (3) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping pentru prezentările conțin recomandări ori avize ale medicamentelor, tratamente medicale, asociațiilor medicale. produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare, dacă prezentările conțin recomandări ori avize ale asociațiilor medicale. (4) Dispozițiile alin. (1) - (3) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	de alte persoane, care, datorită celebrității lor, pot încuraja consumul acestor produse sau culturale, științifice, sportive ori de tratament, precum și de către farmaciști, medici sau personal medical ori actori care celebrității lor, pot încuraja consumul acestor produse sau tratamente. (2) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping în care personal medical sau farmaciști, ori actori care impersonează astfel de profesii, recomandă ori avizează produse alimentare destinate minorilor, medicamente, dispozitive medicale și suplimente alimentare. (3) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping pentru medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare, dacă prezentările conțin recomandări ori avize ale asociațiilor medicale.
68	15.04.2025	Colegiul Farmaciștilor din județul Brașov	colegfarmbrasov@gmail.com	Art. 157 (1) Este interzisă difuzarea de publicitate pentru medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare în emisiuni destinate minorilor ori în pauzele publicitare care precedă sau urmează unor astfel de emisiuni. (2) Producătorii și distribuitorii de medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare nu	(1) Este interzisă difuzarea de publicitate pentru medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare în emisiuni destinate minorilor ori în pauzele publicitare care precedă sau urmează unor astfel de emisiuni. (2) Producătorii și distribuitorii de medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare nu

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatore	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatore	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				(2) Producătorii și distribuitorii de medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare nu pot sponsoriza programele ori emisiunile destinate minorilor. (3) Publicitatea și teleshoppingul la produse și tratamente pentru probleme de natură sexuală nu pot fi difuzate decât în intervalul orar 22,00 - 6,00. (4) Dispozițiile alin. (1) și (2) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	pot sponsoriza programele ori emisiunile destinate minorilor
69	15.04.2025	Colegiul Farmaciștilor din județul Brașov	colegfarmbrasov@gmail.com	Art. 158 (1) Este interzisă menționarea în publicitate sau în teleshopping a unor indicații terapeutice referitoare la boli precum: a) tuberculoză; b) bolile cu transmitere sexuală; c) alte boli infecțioase grave; d) cancer și alte boli tumorale; e) insomnia cronică; f) diabet și alte boli metabolice. (2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	Cum au fost selectate aceste boli, având în vedere că sunt dintr-un spectru foarte diferit (boli cu transmitere sexuală vs. diabet sau insomnie)?
70	15.04.2025	Colegiul Farmaciștilor din județul Brașov	colegfarmbrasov@gmail.com	Art. 159 (1) Publicitatea la medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și	(1) Publicitatea pentru medicamentele care se eliberează fără prescripție medicală nu trebuie să conțină nicio mențiune care: a) să dea impresia că o consultație medicală sau

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				suplimente alimentare nu trebuie să conțină nicio mențiune care: a) să dea impresia că o consultație medicală sau o intervenție chirurgicală nu este necesară, în special prin oferirea unor sugestii de diagnostic ori de tratament la distanță; b) să sugereze că efectul tratamentului cu medicamentele, tratamentele medicale, produsele homeopate, dispozitivele medicale și suplimentele alimentare respective este garantat, nu este însoțit de reacții adverse sau că efectul este mai bun ori echivalent cu cel al altui tratament sau medicament; c) să sugereze că starea de sănătate a subiectului poate fi îmbunătățită prin utilizarea medicamentului respectiv; d) să sugereze că starea de sănătate a subiectului este însoțit de reacții adverse sau că efectul este mai bun ori echivalent cu cel al altui tratament sau medicament; e) să sugereze că starea de sănătate a subiectului este însoțit de reacții adverse sau că efectul este mai bun ori echivalent cu cel al altui tratament sau medicament; f) să sugereze că starea de sănătate a subiectului poate fi îmbunătățită prin utilizarea medicamentelor, produselor medicale, produselor homeopate, dispozitivelor medicale și suplimentelor alimentare respective; g) să sugereze că starea de sănătate a subiectului poate fi afectată dacă nu se utilizează medicamentul, tratamentul medical, produsul homeopat, dispozitivul medical și suplimentul alimentar respectiv; această interdicție nu se aplică campaniilor de vaccinare prevăzute la art. 813 alin. (4) din Legea nr. 95/2006, republicată, cu modificările și completările ulterioare; h) să sugereze că starea de sănătate a subiectului poate fi afectată dacă nu se utilizează medicamentul, tratamentul medical, produsul homeopat, dispozitivul medical și suplimentul alimentar respectiv; această interdicție nu se aplică campaniilor de vaccinare prevăzute la art. 813 alin. (4) din Legea nr. 95/2006, republicată, cu modificările și completările ulterioare; i) să ofere, în termeni inadecvați, alarmanți sau înșelători, asigurări privind vindecarea; j) să folosească, în termeni inadecvați, alarmanți sau înșelători, reprezentări vizuale ale schimbărilor în organismul uman cauzate de boli sau leziuni ori de acțiuni ale medicamentelor asupra organismului uman sau a unei părți a acestuia.	intervenție chirurgicală nu este necesară, în special prin oferirea unor sugestii de diagnostic sau de tratament la distanță; b) să sugereze că efectul tratamentului cu medicamentul respectiv este garantat, nu este însoțit de reacții adverse sau că efectul este mai bun ori echivalent cu cel al altui tratament sau medicament; c) să sugereze că starea de sănătate a subiectului poate fi îmbunătățită prin utilizarea medicamentului respectiv; d) să sugereze că starea de sănătate a subiectului este însoțit de reacții adverse sau că efectul este mai bun ori echivalent cu cel al altui tratament sau medicament; e) să se adreseze exclusiv sau în special copiilor; f) să sugereze că medicamentul este un aliment, produs cosmetic sau alt produs de consum; g) să sugereze că siguranța sau eficacitatea medicamentului este datorată faptului că acesta este natural; h) să poată, printr-o descriere sau reprezentare detaliată a unui caz, să ducă la o autodiagnosticare eronată; i) să ofere, în termeni inadecvați, alarmanți sau înșelători, asigurări privind vindecarea; j) să folosească, în termeni inadecvați, alarmanți sau înșelători, reprezentări vizuale ale schimbărilor în organismul uman cauzate de boli sau leziuni ori de acțiuni ale medicamentelor asupra organismului uman sau a unei părți a acestuia.

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				e) să se adreseze exclusiv sau în special minorilor; f) să sugereze că medicamentele, tratamentele medicale, produsele homeopate, dispozitivele medicale și suplimentele alimentare sunt un aliment, produs cosmetic sau alt produs de consum; g) să sugereze că siguranța sau eficacitatea medicamentului, tratamentului medical, produsului homeopat, dispozitivului medical și a suplimentului alimentar este datorată faptului că acesta este natural; h) să poată, printr-o descriere sau reprezentare detaliată a unui caz, să ducă la o autodiagnosticare eronată; i) să ofere, în termeni inadecvați, alarmanți sau înșelători, asigurări privind vindecarea; j) să folosească, în termeni inadecvați, alarmanți sau înșelători, reprezentări vizuale ale schimbărilor în organismul uman cauzate de boli sau leziuni ori de acțiuni ale medicamentelor, tratamentelor medicale, produselor homeopate, dispozitivelor medicale și ale suplimentelor alimentare asupra organismului uman sau a unei părți a acestuia. (2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	(2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
71	15.04.2025	Colegiul Farmaciștilor din județul Brașov	colegfarmbrasov@gmail.com		Propun introducerea unui articol nou, art. 159¹, care se referă la publicitatea la suplimente alimentare și la alte produse destinate sănătății: Art. 159¹ (1) În publicitatea audiovizuală referitoare la suplimente alimentare și la alte produse destinate sănătății, este interzisă proprietăților de prevenire, tratare sau vindecare a unei boli umane sau referirea la asemenea proprietăți, precum nici referirea la o anumită afecțiune, boală umană sau caracteristici ale acestora. (2) Publicitatea audiovizuală privind suplimentele alimentare și altor produse destinate sănătății nu trebuie să conțină următoarele mențiuni: a) proprietatea de prevenire, tratare sau vindecare a unei afecțiuni sau boli umane, precum și referirea la astfel de proprietăți; b) simptome ale unor afecțiuni sau boli umane, precum nici asocierea acestora cu suplimentul alimentar; c) statistici privind anumite boli umane, precum prevalență, mortalitate sau morbiditate, precum nici asocierea acestora cu suplimentul alimentar; d) referirea sau asocierea specialiștilor în domeniul sănătății (medici, farmaciști, medici stomatologi) sau a unităților sanitare și farmaceutice cu recomandarea sau comercializarea suplimentelor alimentare; e) orice altfel de referire sau asociere între o afecțiune sau boală umană și suplimentul alimentar.

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatore	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatore	Conținut propunere/ sugestie/opinie
					(3) Publicitatea audiovizuală privind suplimentele alimentare și altor produse destinate sănătății trebuie să conțină următoarele mențiuni: a) o atenționare că suplimentele alimentare nu trebuie să înlocuiască o alimentație variată și adecvată; b) o recomandare de consultare a medicului sau farmacistului, în vederea analizării necesității administrării suplimentului alimentar. (4) Dispozițiile alin. (1) - (3) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.
72	15.04.2025	Colegiul Farmaciștilor din județul Brașov	colegfarmbrasov@gmail.com		Propun introducerea unui articol nou, art. 159², care se referă la publicitatea la dispozitive medicale: Art. 159² (1) Publicitatea pentru un dispozitiv medical: a) trebuie să încurajeze utilizarea rațională a dispozitivului medical, prin prezentarea lui obiectivă și fără a-i exagera proprietățile; b) nu trebuie să fie înșelătoare; c) trebuie să conțină informații corecte, actualizate, verificabile și suficient de complete pentru a permite, după caz, publicului larg să înțeleagă modul de utilizare a dispozitivului medical, iar profesioniștilor din domeniul sănătății să aprecieze caracteristicile și performanțele dispozitivului medical. (2) Este interzisă publicitatea pentru un dispozitiv medical al cărui mod de atingere a scopului propus nu poate fi susținut de dovezi

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
					clinice. (3) Toate informațiile conținute în materialul publicitar pentru un dispozitiv medical trebuie să corespundă cu informațiile ce se regăsesc în instrucțiunile/manualul de utilizare ale/al produsului. (4) Este interzisă publicitatea destinată publicului larg pentru dispozitive medicale cu scopuri speciale, care se utilizează numai conform unei recomandări medicale. (5) Este permisă publicitatea destinată publicului larg doar pentru acele dispozitive medicale care, prin scop, sunt destinate a fi utilizate fără intervenția personalului medical calificat în scopul stabilirii diagnosticului, recomandării acestora sau pentru monitorizarea tratamentului, fiind suficiente, la nevoie, sfaturile farmaciștilor. (6) Publicitatea audiovizuală referitoare la dispozitive medicale: a) trebuie să fie conceput astfel încât să fie clar că mesajul este de natură publicitară și că produsul este evident identificat ca dispozitiv medical; b) trebuie să includă cel puțin următoarele informații: denumirea dispozitivului medical, definirea clară a scopului propus pentru utilizare, informațiile necesare pentru utilizarea corectă a dispozitivului medical și o invitație expresă, lizibilă, de a citi cu atenție instrucțiunile din manualul de utilizare al produsului. (7) Publicitatea pentru dispozitive medicale destinată publicului larg nu trebuie să conțină nicio mențiune care: a) să sugereze că impresia că o consultație

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
					medicală sau o intervenție chirurgicală nu este necesară; b) să sugereze că diagnosticul, rezultatul determinării, stabilit cu un dispozitiv medical este garantat, nu poate fi însoțit de erori sau că efectul tratamentului cu un dispozitiv medical este garantat, nu este însoțit de reacții adverse sau că efectul este mai bun ori echivalent cu cel al altui tratament cu alt dispozitiv medical sau medicament; c) să sugereze că starea de sănătate a subiectului poate fi afectată dacă nu se utilizează dispozitivul medical; d) să se adreseze exclusiv copiilor; e) să facă referire la o recomandare a oamenilor de știință, profesioniștilor din domeniul sănătății sau persoanelor care nu fac parte din aceste categorii, dar a căror celebritate poate încuraja utilizarea dispozitivului medical; f) să sugereze că dispozitivul medical este un produs cosmetic sau de relaxare sau alt produs de consum; g) să sugereze că siguranța sau eficacitatea dispozitivului medical este datorată faptului că acesta este natural; h) să poată, printr-o descriere sau reprezentare detaliată a unui caz, să ducă la o autodiagnosticare eronată; i) să ofere, în termeni inadecvați, alarmanți sau înșelători, asigurări privind vindecarea prin utilizarea dispozitivului medical respectiv; j) să folosească, în termeni inadecvați, alarmanți sau înșelători, reprezentări vizuale ale schimbărilor în organismul uman cauzate de boli

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatore	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatore	Conținut propunere/ sugestie/opinie
					sau leziuni ori de acțiuni ale dispozitivelor medicale asupra organismului uman sau a unei părți a acestuia. (8) Dispozițiile alin. (1) - (7) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.
73	15.04.2025	Colegiul Farmaciștilor din județul Brașov	colegfarmbrasov@gmail.com	Art. 161 (1) Publicitatea și teleshoppingul la suplimentele alimentare vor include în mod obligatoriu următoarele: a) avertizarea „Acesta este un supliment alimentar. Citiți cu atenție prospectul/informațiile de pe ambalaj.”; b) informațiile prezente pe eticheta suplimentului alimentar, în conformitate cu dispozițiile art. 7 alin. (4) din Legea nr. 56/2021 privind suplimentele alimentare, cu modificările și completările ulterioare. (2) Durata avertizării menționate la alin. (1) lit. a) va fi de minimum 3 secunde și aceasta va fi difuzată la sfârșitul spotului publicitar; pe posturile de televiziune avertizarea va fi prezentată atât sonor, cât și vizual. (3) Avertizările menționate la alin. (1) lit. b) se vor difuza în condiții care să asigure o percepție clară a mesajului, printr-o pronunțare normală, neaccelerată, conform dispozițiilor art. 116. (4) În cazul reminderului, textul	Prevederile de la art 161 pot fi incluse în propunerea asociației de introducere a art. 159 ¹ .

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatore	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatore	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				precizat la alin. (1) lit. a) va fi prezentat pe parcursul difuzării spotului publicitar, în condiții care să asigure o percepție clară a mesajului, conform dispozițiilor art. 116. (5) Prin derogare de la prevederile alin. (1) lit. b), publicitatea în formă prescurtată (reminder) va include cel puțin una dintre avertizările prevăzute la art. 7 alin. (4) din Legea nr. 56/2021 privind suplimentele alimentare, cu modificările și completările ulterioare, sub formă scrisă. (6) În cazul reminderului, avertizările menționate la alin. (1) lit. b) se vor difuza în condițiile prevăzute la art. 116. (7) Dispozițiile alin. (1) - (6) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	
74	15.04.2025	Parteneriatul pentru Sănătate Mintală	dida.constantin@pointpa.ro	Titlul X - Comunicări comerciale audiovizuale Cap. IV - Publicitate și teleshopping Secțiunea a 7-a – Mesaje de conștientizare Art. 150 alin. (1)	„Pentru o minte sănătoasă, acordați timp relaxării, refacerii și apelați la sprijin de specialitate.” „Împiedică depresia sau anxietatea să-ți controleze viața! Sănătatea ta mintală contează!” “Sănătatea mintală contează la fel de mult ca sănătatea fizică. Cere ajutor !” „Pentru sănătatea ta mintală, cere ajutor de specialitate când simți că nu te descurci !”
75	15.04.2025	Poliția Română		Titlul X - Comunicări comerciale audiovizuale Cap. IV - Publicitate și teleshopping	„Pentru siguranța și dezvoltarea sănătoasă a copilului tău, fii prezent în viața lui. Ascultă-l, oferă-i sprijin și înțelegere!”

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				Secțiunea a 7-a – Mesaje de conștientizare Art. 150 alin. (1)	„Violența poate veni din fapte sau din cuvinte. Cere ajutor, nu răspunde la provocări!”
76	15.04.2025	Colegiul Farmaciștilor din Călărași	cfrclarasi@gmail.com	Secțiunea a 8-a Publicitate la medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale, suplimente alimentare și la alimente cu destinație nutrițională specială	Secțiunea a 8-a Publicitate la medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale, suplimente alimentare, alimente cu destinație nutrițională specială și la alte produse destinate sănătății
77	15.04.2025	Colegiul Farmaciștilor din Călărași	cfrclarasi@gmail.com	Art. 151 (1) Prin publicitate audiovizuală pentru produse medicale se înțelege orice formă de promovare destinată să stimuleze distribuția, consumul sau vânzarea medicamentelor și a dispozitivelor medicale. (2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	(1) Prin publicitate audiovizuală pentru medicamente, dispozitive medicale, suplimente alimentare, alimente cu destinație nutrițională specială și la alte produse destinate sănătății , se înțelege orice formă de promovare destinată să stimuleze distribuția, consumul sau vânzarea a acestora.
78	15.04.2025	Colegiul Farmaciștilor din Călărași	cfrclarasi@gmail.com	Art. 152 (1) Sunt interzise publicitatea și teleshoppingul pentru medicamentele și tratamentele medicale care necesită prescripție medicală. (2) Pot fi difuzate numai materialele publicitare avizate de Agenția Națională a Medicamentului și a Dispozitivelor Medicale, în conformitate cu dispozițiile cuprinse	(1) Sunt interzise publicitatea și teleshoppingul pentru medicamentele care se eliberează doar pe bază de prescripție medicală, precum și pentru farmacii identificate prin marcă.

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatore	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatore	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				în cap. VIII „Publicitatea” și cap. IX „Informarea publicului” din titlul XVIII „Medicamentul” al Legii nr. 95/2006 privind reforma în domeniul sănătății, republicată, cu modificările și completările ulterioare. (3) În programele audiovizuale nu pot fi recomandate medicamente identificate prin marcă sau denumire comercială, tratamente medicale, farmacii, cabinete medicale și medico-dentare. (4) Dispozițiile alin. (1) - (3) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	
79	15.04.2025	Colegiul Farmaciștilor din Călărași	cfrclarasi@gmail.com	Art. 153 (1) Sunt interzise publicitatea și teleshoppingul la medicamente care conțin substanțe definite ca stupefiante sau psihotrope. (2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	Propun eliminarea acestui art.
80	15.04.2025	Colegiul Farmaciștilor din Călărași	cfrclarasi@gmail.com	Art. 154 (1) Promovarea medicamentelor în serviciile media audiovizuale va include în mod obligatoriu următoarele: a) denumirea produsului; b) denumirea comună, dacă produsul conține un singur ingredient activ; c) indicația terapeutică (afecțiunile	(1) Promovarea medicamentelor care se eliberează fără prescripție medicală (OTC) în serviciile media audiovizuale va include în mod obligatoriu următoarele:

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				pentru care se folosește produsul medicamentos); d) avertizarea sonoră „Acesta este un medicament. Citiți cu atenție prospectul.”; e) avertizarea scrisă, prevăzută la art. 815 alin. (1) lit. b) liniuța a treia din Legea nr. 95/2006, republicată, cu modificările și completările ulterioare. (2) Prin derogare de la prevederile alin. (1), publicitatea în formă prescurtată (reminder) va include cel puțin avertizarea prevăzută la alin. (1) lit. d), sub formă scrisă. (3) Avertizarea menționată la alin. (1) lit. d) se va difuza în condiții care să asigure o percepție clară a mesajului, printr-o pronunțare normală, neaccelerată. (4) Avertizările menționate la alin. (1) lit. e) și la alin. (2) se vor difuza în condițiile prevăzute la art. 116. (5) Dispozițiile alin. (1) - (3) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	
81	15.04.2025	Colegiul Farmaciștilor din Călărași	cfrcalarasi@gmail.com	Art. 156 (1) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping pentru medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare prezentate sau recomandate de personalități ale vieții publice, culturale, științifice, sportive ori de alte persoane, care, datorită celebrității lor,	(1) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping pentru medicamente, dispozitive medicale, suplimente alimentare, precum și pentru farmacii identificate prin marcă , prezentate sau recomandate de personalități ale vieții publice, culturale, științifice, sportive ori de alte persoane, care, datorită celebrității lor,

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				personalități ale vieții publice, culturale, științifice, sportive ori de alte persoane, care, datorită celebrității lor, pot încuraja consumul acestor produse sau tratamente. (2) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping în care personal medical sau farmaciști, ori actori care impersonează astfel de profesii, recomandă ori avizează produse alimentare destinate minorilor, medicamente, dispozitive medicale și suplimente alimentare. (3) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping pentru medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare. (3) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping pentru medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare, dacă prezentările conțin recomandări ori avize ale asociațiilor medicale. (4) Dispozițiile alin. (1) - (3) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	pot încuraja consumul acestor produse sau tratamente, precum și de către farmaciști, medici sau personal medical ori actori care impersonează astfel de profesii. (2) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping în care personal medical sau farmaciști, ori actori care impersonează astfel de profesii, recomandă ori avizează produse alimentare destinate minorilor, medicamente, dispozitive medicale și suplimente alimentare. (3) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping pentru medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare, dacă prezentările conțin recomandări ori avize ale asociațiilor medicale.
82	15.04.2025	Colegiul Farmaciștilor din Călărași	cfrcalarasi@gmail.com	Art. 157 (1) Este interzisă difuzarea de publicitate pentru medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare în emisiuni destinate minorilor ori în pauzele publicitare care precedă sau urmează unor astfel de emisiuni. (2) Producătorii și distribuitorii de medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare nu pot sponsoriza programele ori emisiunile	(1) Este interzisă difuzarea de publicitate pentru medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare în emisiuni destinate minorilor ori în pauzele publicitare care precedă sau urmează unor astfel de emisiuni. (2) Producătorii și distribuitorii de medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare nu pot sponsoriza programele ori emisiunile

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatore	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatore	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare nu pot sponsoriza programele ori emisiunile destinate minorilor. (3) Publicitatea și teleshoppingul la produse și tratamente pentru probleme de natură sexuală nu pot fi difuzate decât în intervalul orar 22,00 - 6,00. (4) Dispozițiile alin. (1) și (2) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	destinate minorilor
83	15.04.2025	Colegiul Farmaciștilor din Călărași	cfrclarasi@gmail.com	Art. 158 (1) Este interzisă menționarea în publicitate sau în teleshopping a unor indicații terapeutice referitoare la boli precum: a) tuberculoză; b) bolile cu transmitere sexuală; c) alte boli infecțioase grave; d) cancer și alte boli tumorale; e) insomnia cronică; f) diabet și alte boli metabolice. (2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	Cum au fost selectate aceste boli, având în vedere că sunt dintr-un spectru foarte diferit (boli cu transmitere sexuală vs. diabet sau insomnie)?
84	15.04.2025	Colegiul Farmaciștilor din Călărași	cfrclarasi@gmail.com	Art. 159 (1) Publicitatea la medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare nu trebuie să	(1) Publicitatea pentru medicamentele care se eliberează fără prescripție medicală nu trebuie să conțină nicio mențiune care: a) să dea impresia că o consultație medicală sau o intervenție chirurgicală nu este necesară, în

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatore	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatore	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				conțină nicio mențiune care: a) să dea impresia că o consultație medicală sau o intervenție chirurgicală nu este necesară, în special prin oferirea unor sugestii de diagnostic ori de tratament la distanță; b) să sugereze că efectul tratamentului cu medicamentul respectiv este garantat, nu este însoțit de reacții adverse sau că efectul este mai bun ori echivalent cu cel al altui tratament sau medicament; c) să sugereze că starea de sănătate a subiectului poate fi îmbunătățită prin utilizarea dispozitivelor medicale și suplimentele medicamentului respectiv; d) să sugereze că starea de sănătate a subiectului este însoțit de reacții adverse sau că efectul este mai bun ori echivalent cu cel al altui tratament sau medicament; e) să sugereze că starea de sănătate a subiectului poate fi afectată dacă nu se utilizează medicamentul; această interdicție nu se aplică campaniilor de vaccinare prevăzute la art. 813 alin. (4) din Legea nr. 95/2006, republicată, cu modificările și completările ulterioare; f) să se adreseze exclusiv sau în special copiilor; g) să sugereze că starea de sănătate a subiectului poate fi îmbunătățită prin utilizarea medicamentelor; h) să sugereze că siguranța sau eficacitatea tratamentelor medicale, produselor homeopate, dispozitivelor medicale și suplimentelor alimentare respective; i) să sugereze că starea de sănătate a subiectului poate fi afectată dacă nu se utilizează medicamentul, tratamentul medical, produsul homeopat, dispozitivul medical și suplimentul alimentar respectiv; această interdicție nu se aplică campaniilor de vaccinare prevăzute la art. 813 alin. (4) din Legea nr. 95/2006, republicată, cu modificările și completările ulterioare; j) să se adreseze exclusiv sau în	special prin oferirea unor sugestii de diagnostic sau de tratament la distanță; b) să sugereze că efectul tratamentului cu medicamentul respectiv este garantat, nu este însoțit de reacții adverse sau că efectul este mai bun ori echivalent cu cel al altui tratament sau medicament; c) să sugereze că starea de sănătate a subiectului poate fi îmbunătățită prin utilizarea medicamentului respectiv; d) să sugereze că starea de sănătate a subiectului poate fi afectată dacă nu se utilizează medicamentul; această interdicție nu se aplică campaniilor de vaccinare prevăzute la art. 813 alin. (4) din Legea nr. 95/2006, republicată, cu modificările și completările ulterioare; e) să se adreseze exclusiv sau în special copiilor; f) să sugereze că medicamentul este un aliment, produs cosmetic sau alt produs de consum; g) să sugereze că siguranța sau eficacitatea medicamentului este datorată faptului că acesta este natural; h) să poată, printr-o descriere sau reprezentare detaliată a unui caz, să ducă la o autodiagnosticare eronată; i) să ofere, în termeni inadecvați, alarmanți sau înșelători, asigurări privind vindecarea; j) să folosească, în termeni inadecvați, alarmanți sau înșelători, reprezentări vizuale ale schimbărilor în organismul uman cauzate de boli sau leziuni ori de acțiuni ale medicamentelor asupra organismului uman sau a unei părți a acestuia.

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				special minorilor; f) să sugereze că medicamentele, tratamentele medicale, produsele homeopate, dispozitivele medicale și suplimentele alimentare sunt un aliment, produs cosmetic sau alt produs de consum; g) să sugereze că siguranța sau eficacitatea medicamentului, tratamentul medical, produsului homeopat, dispozitivului medical și a suplimentului alimentar este datorată faptului că acesta este natural; h) să poată, printr-o descriere sau reprezentare detaliată a unui caz, să ducă la o autodiagnosticare eronată; i) să ofere, în termeni inadecvați, alarmanți sau înșelători, asigurări privind vindecarea; j) să folosească, în termeni inadecvați, alarmanți sau înșelători, reprezentări vizuale ale schimbărilor în organismul uman cauzate de boli sau leziuni ori de acțiuni ale medicamentelor, tratamentelor medicale, produselor homeopate, dispozitivelor medicale și ale suplimentelor alimentare asupra organismului uman sau a unei părți a acestuia. (2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	(2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.
85	15.04.2025	Colegiul Farmaciștilor	cfrclarasi@gmail.com		Propun introducerea unui articol nou, art.

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
		din Călărași			159¹, care se referă la publicitatea la suplimente alimentare și la alte produse destinate sănătății: Art. 159¹ (1) În publicitatea audiovizuală referitoare la suplimente alimentare și la alte produse destinate sănătății, este interzisă proprietăților de prevenire, tratare sau vindecare a unei boli umane sau referirea la asemenea proprietăți, precum nici referirea la o anumită afecțiune, boală umană sau caracteristici ale acestora. (2) Publicitatea audiovizuală privind suplimentele alimentare și altor produse destinate sănătății nu trebuie să conțină următoarele mențiuni: a) proprietatea de prevenire, tratare sau vindecare a unei afecțiuni sau boli umane, precum și referirea la astfel de proprietăți; b) simptome ale unor afecțiuni sau boli umane, precum nici asocierea acestora cu suplimentul alimentar; c) statistici privind anumite boli umane, precum prevalență, mortalitate sau morbiditate, precum nici asocierea acestora cu suplimentul alimentar; d) referirea sau asocierea specialiștilor în domeniul sănătății (medici, farmaciști, medici stomatologi) sau a unităților sanitare și farmaceutice cu recomandarea sau comercializarea suplimentelor alimentare; e) orice altfel de referire sau asociere între o afecțiune sau boală umană și suplimentul alimentar. (3) Publicitatea audiovizuală privind

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
					suplimentele alimentare și altor produse destinate sănătății trebuie să conțină următoarele mențiuni: a) o atenționare că suplimentele alimentare nu trebuie să înlocuiască o alimentație variată și adecvată; b) o recomandare de consultare a medicului sau farmacistului, în vederea analizării necesității administrării suplimentului alimentar. (4) Dispozițiile alin. (1) - (3) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.
86	15.04.2025	Colegiul Farmaciștilor din Călărași	cfrclarasi@gmail.com		Propun introducerea unui articol nou, art. 159², care se referă la publicitatea la dispozitive medicale: Art. 159² (1) Publicitatea pentru un dispozitiv medical: a) trebuie să încurajeze utilizarea rațională a dispozitivului medical, prin prezentarea lui obiectivă și fără a-i exagera proprietățile; b) nu trebuie să fie înșelătoare; c) trebuie să conțină informații corecte, actualizate, verificabile și suficient de complete pentru a permite, după caz, publicului larg să înțeleagă modul de utilizare a dispozitivului medical, iar profesioniștilor din domeniul sănătății să aprecieze caracteristicile și performanțele dispozitivului medical. (2) Este interzisă publicitatea pentru un dispozitiv medical al cărui mod de atingere a scopului propus nu poate fi susținut de dovezi clinice.

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
					(3) Toate informațiile conținute în materialul publicitar pentru un dispozitiv medical trebuie să corespundă cu informațiile ce se regăsesc în instrucțiunile/manualul de utilizare ale/al produsului. (4) Este interzisă publicitatea destinată publicului larg pentru dispozitive medicale cu scopuri speciale, care se utilizează numai conform unei recomandări medicale. (5) Este permisă publicitatea destinată publicului larg doar pentru acele dispozitive medicale care, prin scop, sunt destinate a fi utilizate fără intervenția personalului medical calificat în scopul stabilirii diagnosticului, recomandării acestora sau pentru monitorizarea tratamentului, fiind suficiente, la nevoie, sfaturile farmaciștilor. (6) Publicitatea audiovizuală referitoare la dispozitive medicale: a) trebuie să fie conceput astfel încât să fie clar că mesajul este de natură publicitară și că produsul este evident identificat ca dispozitiv medical; b) trebuie să includă cel puțin următoarele informații: denumirea dispozitivului medical, definirea clară a scopului propus pentru utilizare, informațiile necesare pentru utilizarea corectă a dispozitivului medical și o invitație expresă, lizibilă, de a citi cu atenție instrucțiunile din manualul de utilizare al produsului. (7) Publicitatea pentru dispozitive medicale destinată publicului larg nu trebuie să conțină nicio mențiune care: a) să sugereze că impresia că o consultație medicală sau o intervenție chirurgicală nu este

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
					necesară; b) să sugereze că diagnosticul, rezultatul determinării, stabilit cu un dispozitiv medical este garantat, nu poate fi însoțit de erori sau că efectul tratamentului cu un dispozitiv medical este garantat, nu este însoțit de reacții adverse sau că efectul este mai bun ori echivalent cu cel al altui tratament cu alt dispozitiv medical sau medicament; c) să sugereze că starea de sănătate a subiectului poate fi afectată dacă nu se utilizează dispozitivul medical; d) să se adreseze exclusiv copiilor; e) să facă referire la o recomandare a oamenilor de știință, profesioniștilor din domeniul sănătății sau persoanelor care nu fac parte din aceste categorii, dar a căror celebritate poate încuraja utilizarea dispozitivului medical; f) să sugereze că dispozitivul medical este un produs cosmetic sau de relaxare sau alt produs de consum; g) să sugereze că siguranța sau eficacitatea dispozitivului medical este datorată faptului că acesta este natural; h) să poată, printr-o descriere sau reprezentare detaliată a unui caz, să ducă la o autodiagnosticare eronată; i) să ofere, în termeni inadecvați, alarmanți sau înșelători, asigurări privind vindecarea prin utilizarea dispozitivului medical respectiv; j) să folosească, în termeni inadecvați, alarmanți sau înșelători, reprezentări vizuale ale schimbărilor în organismul uman cauzate de boli sau leziuni ori de acțiuni ale dispozitivelor

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
					medicale asupra organismului uman sau a unei părți a acestuia. (8) Dispozițiile alin. (1) - (7) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.
87	15.04.2025	Colegiul Farmaciștilor din Călărași	cfrcalarasi@gmail.com	Art. 161 (1) Publicitatea și teleshoppingul la suplimentele alimentare vor include în mod obligatoriu următoarele: a) avertizarea „Acesta este un supliment alimentar. Citiți cu atenție prospectul/informațiile de pe ambalaj.”; b) informațiile prezente pe eticheta suplimentului alimentar, în conformitate cu dispozițiile art. 7 alin. (4) din Legea nr. 56/2021 privind suplimentele alimentare, cu modificările și completările ulterioare. (2) Durata avertizării menționate la alin. (1) lit. a) va fi de minimum 3 secunde și aceasta va fi difuzată la sfârșitul spotului publicitar; pe posturile de televiziune avertizarea va fi prezentată atât sonor, cât și vizual. (3) Avertizările menționate la alin. (1) lit. b) se vor difuza în condiții care să asigure o percepție clară a mesajului, printr-o pronunțare normală, neaccelerată, conform dispozițiilor art. 116. (4) În cazul reminderului, textul precizat la alin. (1) lit. a) va fi	Prevederile de la art 161 pot fi incluse în propunerea asociației de introducere a art. 159 ¹ .

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				prezentat pe parcursul difuzării spotului publicitar, în condiții care să asigure o percepție clară a mesajului, conform dispozițiilor art. 116. (5) Prin derogare de la prevederile alin. (1) lit. b), publicitatea în formă prescurtată (reminder) va include cel puțin una dintre avertizările prevăzute la art. 7 alin. (4) din Legea nr. 56/2021 privind suplimentele alimentare, cu modificările și completările ulterioare, sub formă scrisă. (6) În cazul reminderului, avertizările menționate la alin. (1) lit. b) se vor difuza în condițiile prevăzute la art. 116. (7) Dispozițiile alin. (1) - (6) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	
88	15.04.2025	Kaizen Gaming International Limited (Malta)	teodora.luca@luca-partners.ro	Art. 110 (1) Jocurile de noroc pot fi difuzate în cadrul unui program audiovizual sau pot fi subiect al unei comunicări comerciale audiovizuale numai dacă sunt autorizate în condițiile legii. (2) Este interzisă difuzarea de jocuri-concurs cu câștiguri de orice fel, prin intermediul liniilor telefonice sau al altor sisteme de telecomunicație, televiziune ori radio, prin care se condiționează obținerea unor avantaje materiale ca rezultat al răspunsurilor	

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				formulate la întrebări adresate publicului și care presupun o taxă de participare. (3) În intervalul orar 06.00 – 23.00 sunt interzise programele audiovizuale care conțin jocuri de noroc, precum și spoturile publicitare care promovează astfel de jocuri, cu excepția spoturilor publicitare referitoare la pariuri care pot fi difuzate și în timpul transmisiunilor sportive în direct. (4) În cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc, programele audiovizuale care conțin jocuri de noroc, precum și spoturile publicitare care promovează astfel de jocuri, trebuie să se difuzeze cu respectarea protecției minorilor. (5) Jocurile de noroc nu pot fi incluse în programele adresate minorilor și nici nu este permisă incitarea acestora să participe la astfel de jocuri. (6) Jocurile de noroc trebuie să respecte regulile informării corecte, iar regulamentul lor de desfășurare trebuie să fie clar și adus la cunoștință în mod corespunzător. (7) Este interzisă difuzarea de publicitate pentru jocuri de noroc în care sunt prezente personalități ale vieții publice, culturale, științifice, sportive sau de alte persoane, care, datorită notorietății în mediul online, pot încuraja participarea la astfel de	

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				jocuri. (8) La începutul și pe parcursul desfășurării programului, publicul va fi informat, vizual și auditiv, despre caracterul jocului, condițiile de participare și de tarifare, modalitățile de acces și de atribuire a câștigurilor. (9) Anterior programării difuzării jocului, furnizorii de servicii media audiovizuale au obligația să aducă la cunoștința Consiliului datele principale din licența sub care acesta este organizat. (10) Este interzisă solicitarea insistentă adresată publicului de a participa la joc.	Propun eliminarea alin. (7): Interdicția prevăzută de Proiectul de act normativ conduce la restrângerea drepturilor persoanelor vizate (personalități sau alte persoane ale persoanelor, fiind incompatibilă cu principiile constituționale.
89	15.04.2025	Camera de Comerț Americană din România (AmCham România)	odobritescu@amcham.ro	Art. 116 (1) În scopul unei informări corecte, orice informație sau avertizare conținută într-o comunicare comercială audiovizuală se difuzează astfel încât aceasta să fie clar percepută de public, în special prin asigurarea următoarelor măsuri: a) să fie prezentată static, lizibil și pe o durată suficientă, în cazul informației difuzate sub formă de videotext; dimensiunea caracterelor trebuie să fie de minimum 17 puncte în format SD, definiție standard, respectiv 32 în format HD, înaltă definiție; b) să fie redată la viteză normală de citire.	Art. 116 (1) În scopul unei informări corecte, orice informație sau avertizare conținută într-o comunicare comercială audiovizuală se difuzează astfel încât aceasta să fie clar percepută de public, în special prin asigurarea următoarelor măsuri: a) să fie prezentată static, lizibil și pe o durată suficientă, în cazul informației difuzate sub formă de videotext; dimensiunea caracterelor trebuie să fie de minimum 17 puncte în format SD, definiție standard, respectiv 32 în format HD, înaltă definiție; b) să fie redată la viteză normală de citire. (2) În cadrul comunicărilor comerciale audiovizuale pentru instituții financiare nebancare, informația cu privire la dobânda anuală efectivă (DAE) trebuie să fie prezentată

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				(2) În cadrul comunicărilor comerciale audiovizuale pentru instituții financiare nebancare, informația cu privire la dobânda anuală efectivă (DAE) trebuie să fie prezentată distinct pe toată durata difuzării, în partea stânga-sus a ecranului, iar dimensiunea caracterelor trebuie să fie de minimum 51 puncte în format SD, definiție standard, respectiv 96 în format HD, înaltă definiție. (3) Comunicările comerciale audiovizuale referitoare la ofertele instituțiilor financiare nebancare trebuie să conțină, indiferent de modalitatea de difuzare, avertizarea sonoră și scrisă: „Citiți cu atenție prevederile contractuale. Acest tip de împrumut prezintă un grad ridicat de risc financiar și de executare a bunurilor.” (4) Avertizarea menționată la alin. (3) se va difuza pe copertă neutră la finalul fiecărui spot publicitar, sonor și vizual, cu respectarea prevederilor alin. (1) în condiții care să asigure o percepție clară a mesajului, printr-o pronunțare normală, neaccelerată. Pe posturile de radiodifuziune avertizarea va fi prezentată doar sonor. (5) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	distinct pe toată durata difuzării, în partea stânga-sus a ecranului, iar dimensiunea caracterelor trebuie să fie de minimum 51 puncte în format SD, definiție standard, respectiv 96 în format HD, înaltă definiție. (3) Comunicările comerciale audiovizuale referitoare la ofertele instituțiilor financiare nebancare trebuie să conțină, indiferent de modalitatea de difuzare, avertizarea sonoră și scrisă: „Citiți cu atenție prevederile contractuale. Acest tip de împrumut prezintă un grad ridicat de risc financiar și de executare a bunurilor.” (4) Avertizarea menționată la alin. (3) se va difuza pe copertă neutră la finalul fiecărui spot publicitar, sonor și vizual, cu respectarea prevederilor alin. (1) în condiții care să asigure o percepție clară a mesajului, printr-o pronunțare normală, neaccelerată. Pe posturile de radiodifuziune avertizarea va fi prezentată doar sonor. (5) (2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	
90	15.04.2025	Clever Media Network	george.petrule@primasport.ro	Art. 98 (3) Orice transmisiune sportivă înregistrată va fi însoțită permanent de mențiunea „Înregistrare”.	(3) Orice transmisiune sportivă înregistrată va fi însoțită permanent de mențiunea „Înregistrare”, cu excepția primei difuzării, când va fi însoțită permanent de mențiunea „Premieră”.
91	15.04.2025	Clever Media Network	george.petrule@primasport.ro	Art. 137 (1) Furnizorii de servicii media audiovizuale pot difuza în timpul transmisiei unei competiții sportive inserturi grafice, cu respectarea următoarelor condiții cumulative: a) insertul grafic se difuzează numai în momentul în care se înlocuiește un jucător sau când se modifică scorul; b) durata unui insert să nu depășească 10 secunde, iar durata totală de difuzare pe întreaga transmisie să nu depășească două minute; c) insertul grafic să fie plasat deasupra sau sub zona de difuzare a informației prevăzute la lit. a) și să nu depășească dimensiunile acesteia.	(fost) Art. 109 (1) Radiodifuzorii pot difuza în timpul transmisiei unei competiții sportive inserturi grafice, în funcție de specificul disciplinei sportive , cu respectarea următoarelor condiții cumulative: a) insertul grafic se difuzează numai în momentele de pauză firească ale evenimentului sportive, conform specificului său: 1) în care se înlocuiește un jucător; 2) când se modifică scorul; 3) în cazul întreruperii cauzate de accidentarea unui sportiv, când evenimentul este întrerupt; 4) în timpul perioadei de întrerupere generată de analiza VAR; 5) pe timpul perioadei de time-out; 6) în momentele de acordare ale unor sancțiuni sportivilor conform specificului disciplinei, minute de penalizare, cartonașe, eliminări, suspendări temporare, minute de eliminare, atât timp cât evenimentul este întrerupt; 7) în momentele de pregătire, când evenimentul este întrerupt de dinaintea executării sancțiunilor sportive: lovitură de la 7 m, grămadă organizată, lovitură de pedeapsă aruncare la coș sau alte sancțiuni

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
					specifice disciplinei sportive; 8) în momentele de dinainte sau imediat de după începerea sau încheierea evenimentului sportiv sau ale unor părți ale acestuia, conform specificului disciplinei sportive; b) durata unui insert să nu depășească 10 secunde, iar durata totală de difuzare pe întreaga transmisie să nu depășească două minute; c) să nu depășească dimensiunile casetei de scor afișate permanent pe ecran în unul dintre colțurile ecranului și să fie amplasată în unul dintre celelate 3 colțuri ale ecranului.
92	15.04.2025	Clever Media Network	george.petrule@primasport.ro	Art. 100 Radiodifuzorii au obligația de a respecta programul anunțat; fac excepție situațiile de forță majoră.	(fost) Art. 81 Radiodifuzorii au obligația de a respecta programul anunțat; fac excepție: a) situațiile de forță majoră; b) situațiile în care anumite evenimente sportive anunțate spre difuzare s-au prelungit peste durata standard și astfel se suprapun parțial peste un alt eveniment sportiv anunțat, iar radiodifuzorul este pus în situația de a alege între cele două evenimente.
93	15.04.2025	Digi Sport	lucian.mihai@digi.ro	Art. 137 (1) Furnizorii de servicii media audiovizuale pot difuza în timpul transmisiei unei competiții sportive inserturi grafice, cu respectarea următoarelor condiții cumulative: a) insertul grafic se difuzează numai în momentul în care se înlocuiește un jucător sau când se modifică scorul;	(fost) Art. 109 (1) Radiodifuzorii pot difuza în timpul transmisiei unei competiții sportive inserturi grafice, cu respectarea următoarelor condiții cumulative: a) insertul grafic se difuzează numai în momentele de intrerupere fireasca a jocului, cum ar fi momentul în care se înlocuiește un jucător, când se efectuează o analiză VAR, în cazul unei accidentări sau când se modifică scorul;
94	15.04.2025	Federația	contact@fedbet.ro	Art. 110	Propun eliminarea alin. (7).

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatore	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatore	Conținut propunere/ sugestie/opinie
		Organizatorilor de Jocuri de Noroc (FEDBET)		(7) Este interzisă difuzarea de publicitate pentru jocuri de noroc în care sunt prezente personalități ale vieții publice, culturale, științifice, sportive sau de alte persoane, care, datorită notorietății în mediul online, pot încuraja participarea la astfel de jocuri.	
95	15.04.2025	Asociația Farmaciilor Tradiționale și a Practicienilor	aftap701@yahoo.com		Solicită: • Aplicarea de urgență a sancțiunilor prevăzute de lege împotriva posturilor TV și platformelor care difuzează publicitate contrară legii, prin amplificarea controalelor; • Emiterea unei recomandări ferme către posturile de televiziune și radio privind interzicerea publicității și recomandărilor referitoare la farmacii, farmacist, produse farmaceutice, suplimente, tratamente sau dispozitive medicale; • Publicarea unor ghiduri clare privind formele permise de promovare, pentru a preveni abuzurile.
96	15.04.2025	Federația Română de Fotbal	frf@frf.ro	Art. 110 (7) Este interzisă difuzarea de publicitate pentru jocuri de noroc în care sunt prezente personalități ale vieții publice, culturale, științifice, sportive sau de alte persoane, care, datorită notorietății în mediul online, pot încuraja participarea la astfel de jocuri.	Este interzisă difuzarea de publicitate pentru jocuri de noroc în care sunt prezente personalități ale vieții publice, culturale, științifice, sportive sau de alte persoane, care, datorită notorietății în mediul online, pot încuraja participarea la astfel de jocuri. Prin excepție de la prezenta, se permite difuzarea de publicitate pentru jocurile de noroc, în care sunt prezente personalități ale vieții publice, culturale, științifice, sportive, sau de alte persoane, cu notorietății în mediul

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatore	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatore	Conținut propunere/ sugestie/opinie
					online, dacă acestea participă la campanii de conștientizare sau de responsabilitate socială inițiate de firmele deținătoare de licențe de jocuri de noroc sau partenerii acestora.
97	15.04.2025	Colegiul Farmaciștilor din Cluj	secretariat@colegfarmcluj.ro	Secțiunea a 8-a Publicitate la medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale, suplimente alimentare și la alimente cu destinație nutrițională specială	Secțiunea a 8-a Publicitate la medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale, suplimente alimentare, alimente cu destinație nutrițională specială și la alte produse destinate sănătății
98	15.04.2025	Colegiul Farmaciștilor din Cluj	secretariat@colegfarmcluj.ro	Art. 151 (1) Prin publicitate audiovizuală pentru produse medicale se înțelege orice formă de promovare destinată să stimuleze distribuția, consumul sau vânzarea medicamentelor și a dispozitivelor medicale. (2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	(1) Prin publicitate audiovizuală pentru medicamente, dispozitive medicale, suplimente alimentare, alimente cu destinație nutrițională specială și la alte produse destinate sănătății , se înțelege orice formă de promovare destinată să stimuleze distribuția, consumul sau vânzarea a acestora.
99	15.04.2025	Colegiul Farmaciștilor din Cluj	secretariat@colegfarmcluj.ro	Art. 152 (1) Sunt interzise publicitatea și teleshoppingul pentru medicamentele și tratamentele medicale care necesită prescripție medicală. (2) Pot fi difuzate numai materialele publicitare avizate de Agenția Națională a Medicamentului și a Dispozitivelor Medicale, în conformitate cu dispozițiile cuprinse în cap. VIII „Publicitatea” și cap. IX	(1) Sunt interzise publicitatea și teleshoppingul pentru medicamentele care se eliberează doar pe bază de prescripție medicală, precum și pentru farmacii identificate prin marcă.

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatore	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatore	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				„Informarea publicului” din titlul XVIII „Medicamentul” al Legii nr. 95/2006 privind reforma în domeniul sănătății, republicată, cu modificările și completările ulterioare. (3) În programele audiovizuale nu pot fi recomandate medicamente identificate prin marcă sau denumire comercială, tratamente medicale, farmacii, cabinete medicale și medico-dentare. (4) Dispozițiile alin. (1) - (3) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	
100	15.04.2025	Colegiul Farmaciștilor din Cluj	secretariat@colegfarmcluj.ro	Art. 153 (1) Sunt interzise publicitatea și teleshoppingul la medicamente care conțin substanțe definite ca stupefiante sau psihotrope. (2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	Propun eliminarea acestui art.
101	15.04.2025	Colegiul Farmaciștilor din Cluj	secretariat@colegfarmcluj.ro	Art. 154 (1) Promovarea medicamentelor în serviciile media audiovizuale va include în mod obligatoriu următoarele: a) denumirea produsului; b) denumirea comună, dacă produsul conține un singur ingredient activ; c) indicația terapeutică (afecțiunile pentru care se folosește produsul	(1) Promovarea medicamentelor care se eliberează fără prescripție medicală (OTC) în serviciile media audiovizuale va include în mod obligatoriu următoarele:

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatore	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatore	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				medicamentos); d) avertizarea sonoră „Acesta este un medicament. Citiți cu atenție prospectul.”; e) avertizarea scrisă, prevăzută la art. 815 alin. (1) lit. b) liniuța a treia din Legea nr. 95/2006, republicată, cu modificările și completările ulterioare. (2) Prin derogare de la prevederile alin. (1), publicitatea în formă prescurtată (reminder) va include cel puțin avertizarea prevăzută la alin. (1) lit. d), sub formă scrisă. (3) Avertizarea menționată la alin. (1) lit. d) se va difuza în condiții care să asigure o percepție clară a mesajului, printr-o pronunțare normală, neaccelerată. (4) Avertizările menționate la alin. (1) lit. e) și la alin. (2) se vor difuza în condițiile prevăzute la art. 116. (5) Dispozițiile alin. (1) - (3) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	
102	15.04.2025	Colegiul Farmaciștilor din Cluj	secretariat@colegfarmcluj.ro	Art. 156 (1) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping pentru medicamente, dispozitive medicale, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare prezentate sau recomandate de personalități ale vieții publice, culturale, științifice, sportive ori de alte persoane, care, datorită celebrității lor, pot încuraja consumul acestor produse sau	(1) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping pentru medicamente, dispozitive medicale, suplimente alimentare, precum și pentru farmacii identificate prin marcă, prezentate sau recomandate de personalități ale vieții publice, culturale, științifice, sportive ori de alte persoane, care, datorită celebrității lor, pot încuraja consumul acestor produse sau

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				culturale, științifice, sportive ori de alte persoane, care, datorită celebrității lor, pot încuraja consumul acestor produse sau tratamente. (2) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping în care personal medical sau farmaciști, ori actori care impersonează astfel de profesii, recomandă ori avizează produse alimentare destinate minorilor, medicamente, dispozitive medicale și suplimente alimentare. (3) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping pentru medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare, dacă prezentările conțin recomandări ori avize ale asociațiilor medicale. (4) Dispozițiile alin. (1) - (3) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	tratamente, precum și de către farmaciști, medici sau personal medical ori actori care impersonează astfel de profesii. (2) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping în care personal medical sau farmaciști, ori actori care impersonează astfel de profesii, recomandă ori avizează produse alimentare destinate minorilor, medicamente, dispozitive medicale și suplimente alimentare. (3) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping pentru medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare, dacă prezentările conțin recomandări ori avize ale asociațiilor medicale.
103	15.04.2025	Colegiul Farmaciștilor din Cluj	secretariat@colegfarmcluj.ro	Art. 157 (1) Este interzisă difuzarea de publicitate pentru medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare în emisiuni destinate minorilor ori în pauzele publicitare care precedă sau urmează unor astfel de emisiuni. (2) Producătorii și distribuitorii de medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare nu pot sponsoriza programele ori emisiunile destinate minorilor	(1) Este interzisă difuzarea de publicitate pentru medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare în emisiuni destinate minorilor ori în pauzele publicitare care precedă sau urmează unor astfel de emisiuni. (2) Producătorii și distribuitorii de medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare nu pot sponsoriza programele ori emisiunile destinate minorilor

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare nu pot sponsoriza programele ori emisiunile destinate minorilor. (3) Publicitatea și teleshoppingul la produse și tratamente pentru probleme de natură sexuală nu pot fi difuzate decât în intervalul orar 22,00 - 6,00. (4) Dispozițiile alin. (1) și (2) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	
104	15.04.2025	Colegiul Farmaciștilor din Cluj	secretariat@colegfarmcluj.ro	Art. 158 (1) Este interzisă menționarea în publicitate sau în teleshopping a unor indicații terapeutice referitoare la boli precum: a) tuberculoză; b) bolile cu transmitere sexuală; c) alte boli infecțioase grave; d) cancer și alte boli tumorale; e) insomnia cronică; f) diabet și alte boli metabolice. (2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	Cum au fost selectate aceste boli, având în vedere că sunt dintr-un spectru foarte diferit (boli cu transmitere sexuală vs. diabet sau insomnie)?
105	15.04.2025	Colegiul Farmaciștilor din Cluj	secretariat@colegfarmcluj.ro	Art. 159 (1) Publicitatea la medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare nu trebuie să conțină nicio mențiune care:	(1) Publicitatea pentru medicamentele care se eliberează fără prescripție medicală nu trebuie să conțină nicio mențiune care: a) să dea impresia că o consultație medicală sau o intervenție chirurgicală nu este necesară, în special prin oferirea unor sugestii de diagnostic

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatore	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatore	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				a) să dea impresia că o consultație medicală sau o intervenție chirurgicală nu este necesară, în special prin oferirea unor sugestii de diagnostic ori de tratament la distanță; b) să sugereze că efectul tratamentului cu medicamentul respectiv este garantat, nu este însoțit de reacții adverse sau că efectul este mai bun ori echivalent cu cel al altui tratament sau medicament; c) să sugereze că starea de sănătate a subiectului medicale, produsele homeopate, dispozitivele medicale și suplimentele alimentare respective este garantat, nu este însoțit de reacții adverse sau că efectul este mai bun ori echivalent cu cel al altui tratament sau medicament; d) să sugereze că starea de sănătate a subiectului este însoțit de reacții adverse sau că efectul este mai bun ori echivalent cu cel al altui tratament sau medicament; e) să sugereze că starea de sănătate a subiectului poate fi îmbunătățită prin utilizarea medicamentului respectiv; f) să sugereze că starea de sănătate a subiectului poate fi afectată dacă nu se utilizează medicamentul; această interdicție nu se aplică campaniilor de vaccinare prevăzute la art. 813 alin. (4) din Legea nr. 95/2006, republicată, cu modificările și completările ulterioare; g) să sugereze că siguranța sau eficacitatea medicamentului este datorată faptului că acesta este natural; h) să poată, printr-o descriere sau reprezentare detaliată a unui caz, să ducă la o autodiagnosticare eronată; i) să ofere, în termeni inadecvați, alarmanți sau înșelători, asigurări privind vindecarea; j) să folosească, în termeni inadecvați, alarmanți sau înșelători, reprezentări vizuale ale schimbărilor în organismul uman cauzate de boli sau leziuni ori de acțiuni ale medicamentelor asupra organismului uman sau a unei părți a acestuia. k) să se adreseze exclusiv sau în special minorilor;	sau de tratament la distanță; b) să sugereze că efectul tratamentului cu medicamentul respectiv este garantat, nu este însoțit de reacții adverse sau că efectul este mai bun ori echivalent cu cel al altui tratament sau medicament; c) să sugereze că starea de sănătate a subiectului medicale, produsele homeopate, dispozitivele medicale și suplimentele alimentare respective este garantat, nu este însoțit de reacții adverse sau că efectul este mai bun ori echivalent cu cel al altui tratament sau medicament; d) să sugereze că starea de sănătate a subiectului este însoțit de reacții adverse sau că efectul este mai bun ori echivalent cu cel al altui tratament sau medicament; e) să se adreseze exclusiv sau în special copiilor; f) să sugereze că medicamentul este un aliment, produs cosmetic sau alt produs de consum; g) să sugereze că siguranța sau eficacitatea medicamentului este datorată faptului că acesta este natural; h) să poată, printr-o descriere sau reprezentare detaliată a unui caz, să ducă la o autodiagnosticare eronată; i) să ofere, în termeni inadecvați, alarmanți sau înșelători, asigurări privind vindecarea; j) să folosească, în termeni inadecvați, alarmanți sau înșelători, reprezentări vizuale ale schimbărilor în organismul uman cauzate de boli sau leziuni ori de acțiuni ale medicamentelor asupra organismului uman sau a unei părți a acestuia. (2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				f) să sugereze că medicamentele, tratamentele medicale, produsele homeopate, dispozitivele medicale și suplimentele alimentare sunt un aliment, produs cosmetic sau alt produs de consum; g) să sugereze că siguranța sau eficacitatea medicamentului, tratamentul medical, produsului homeopat, dispozitivului medical și a suplimentului alimentar este datorată faptului că acesta este natural; h) să poată, printr-o descriere sau reprezentare detaliată a unui caz, să ducă la o autodiagnosticare eronată; i) să ofere, în termeni inadecvați, alarmanți sau înșelători, asigurări privind vindecarea; j) să folosească, în termeni inadecvați, alarmanți sau înșelători, reprezentări vizuale ale schimbărilor în organismul uman cauzate de boli sau leziuni ori de acțiuni ale medicamentelor, tratamentelor medicale, produselor homeopate, dispozitivelor medicale și ale suplimentelor alimentare asupra organismului uman sau a unei părți a acestuia. (2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.
106	15.04.2025	Colegiul Farmaciștilor din Cluj	secretariat@colegfarmcluj.ro		Propun introducerea unui articol nou, art. 159 ¹ , care se referă la publicitatea la

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
					suplimente alimentare și la alte produse destinate sănătății: Art. 159¹ (1) În publicitatea audiovizuală referitoare la suplimente alimentare și la alte produse destinate sănătății, este interzisă proprietăților de prevenire, tratare sau vindecare a unei boli umane sau referirea la asemenea proprietăți, precum nici referirea la o anumită afecțiune, boală umană sau caracteristici ale acestora. (2) Publicitatea audiovizuală privind suplimentele alimentare și altor produse destinate sănătății nu trebuie să conțină următoarele mențiuni: a) proprietatea de prevenire, tratare sau vindecare a unei afecțiuni sau boli umane, precum și referirea la astfel de proprietăți; b) simptome ale unor afecțiuni sau boli umane, precum nici asocierea acestora cu suplimentul alimentar; c) statistici privind anumite boli umane, precum prevalență, mortalitate sau morbiditate, precum nici asocierea acestora cu suplimentul alimentar; d) referirea sau asocierea specialiștilor în domeniul sănătății (medici, farmaciști, medici stomatologi) sau a unităților sanitare și farmaceutice cu recomandarea sau comercializarea suplimentelor alimentare; e) orice altfel de referire sau asociere între o afecțiune sau boală umană și suplimentul alimentar. (3) Publicitatea audiovizuală privind suplimentele alimentare și altor produse

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
					destinate sănătății trebuie să conțină următoarele mențiuni: a) o atenționare că suplimentele alimentare nu trebuie să înlocuiască o alimentație variată și adecvată; b) o recomandare de consultare a medicului sau farmacistului, în vederea analizării necesității administrării suplimentului alimentar. (4) Dispozițiile alin. (1) - (3) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.
107	15.04.2025	Colegiul Farmaciștilor din Cluj	secretariat@colegfarmcluj.ro		Propun introducerea unui articol nou, art. 159 ² , care se referă la publicitatea la dispozitive medicale: Art. 159² (1) Publicitatea pentru un dispozitiv medical: a) trebuie să încurajeze utilizarea rațională a dispozitivului medical, prin prezentarea lui obiectivă și fără a-i exagera proprietățile; b) nu trebuie să fie înșelătoare; c) trebuie să conțină informații corecte, actualizate, verificabile și suficient de complete pentru a permite, după caz, publicului larg să înțeleagă modul de utilizare a dispozitivului medical, iar profesioniștilor din domeniul sănătății să aprecieze caracteristicile și performanțele dispozitivului medical. (2) Este interzisă publicitatea pentru un dispozitiv medical al cărui mod de atingere a scopului propus nu poate fi susținut de dovezi clinice. (3) Toate informațiile conținute în materialul

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
					publicitar pentru un dispozitiv medical trebuie să corespundă cu informațiile ce se regăsesc în instrucțiunile/manualul de utilizare ale/al produsului. (4) Este interzisă publicitatea destinată publicului larg pentru dispozitive medicale cu scopuri speciale, care se utilizează numai conform unei recomandări medicale. (5) Este permisă publicitatea destinată publicului larg doar pentru acele dispozitive medicale care, prin scop, sunt destinate a fi utilizate fără intervenția personalului medical calificat în scopul stabilirii diagnosticului, recomandării acestora sau pentru monitorizarea tratamentului, fiind suficiente, la nevoie, sfaturile farmaciștilor. (6) Publicitatea audiovizuală referitoare la dispozitive medicale: a) trebuie să fie conceput astfel încât să fie clar că mesajul este de natură publicitară și că produsul este evident identificat ca dispozitiv medical; b) trebuie să includă cel puțin următoarele informații: denumirea dispozitivului medical, definirea clară a scopului propus pentru utilizare, informațiile necesare pentru utilizarea corectă a dispozitivului medical și o invitație expresă, lizibilă, de a citi cu atenție instrucțiunile din manualul de utilizare al produsului. (7) Publicitatea pentru dispozitive medicale destinată publicului larg nu trebuie să conțină nicio mențiune care: a) să sugereze că impresia că o consultație medicală sau o intervenție chirurgicală nu este necesară;

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
					b) să sugereze că diagnosticul, rezultatul determinării, stabilit cu un dispozitiv medical este garantat, nu poate fi însoțit de erori sau că efectul tratamentului cu un dispozitiv medical este garantat, nu este însoțit de reacții adverse sau că efectul este mai bun ori echivalent cu cel al altui tratament cu alt dispozitiv medical sau medicament; c) să sugereze că starea de sănătate a subiectului poate fi afectată dacă nu se utilizează dispozitivul medical; d) să se adreseze exclusiv copiilor; e) să facă referire la o recomandare a oamenilor de știință, profesioniștilor din domeniul sănătății sau persoanelor care nu fac parte din aceste categorii, dar a căror celebritate poate încuraja utilizarea dispozitivului medical; f) să sugereze că dispozitivul medical este un produs cosmetic sau de relaxare sau alt produs de consum; g) să sugereze că siguranța sau eficacitatea dispozitivului medical este datorată faptului că acesta este natural; h) să poată, printr-o descriere sau reprezentare detaliată a unui caz, să ducă la o autodiagnosticare eronată; i) să ofere, în termeni inadecvați, alarmanți sau înșelători, asigurări privind vindecarea prin utilizarea dispozitivului medical respectiv; j) să folosească, în termeni inadecvați, alarmanți sau înșelători, reprezentări vizuale ale schimbărilor în organismul uman cauzate de boli sau leziuni ori de acțiuni ale dispozitivelor medicale asupra organismului uman sau a unei

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
					părți a acestuia. (8) Dispozițiile alin. (1) - (7) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.
108	15.04.2025	Colegiul Farmaciștilor din Cluj	secretariat@colegfarmcluj.ro	Art. 161 (1) Publicitatea și teleshoppingul la suplimentele alimentare vor include în mod obligatoriu următoarele: a) avertizarea „Acesta este un supliment alimentar. Citiți cu atenție prospectul/informațiile de pe ambalaj.”; b) informațiile prezente pe eticheta suplimentului alimentar, în conformitate cu dispozițiile art. 7 alin. (4) din Legea nr. 56/2021 privind suplimentele alimentare, cu modificările și completările ulterioare. (2) Durata avertizării menționate la alin. (1) lit. a) va fi de minimum 3 secunde și aceasta va fi difuzată la sfârșitul spotului publicitar; pe posturile de televiziune avertizarea va fi prezentată atât sonor, cât și vizual. (3) Avertizările menționate la alin. (1) lit. b) se vor difuza în condiții care să asigure o percepție clară a mesajului, printr-o pronunțare normală, neaccelerată, conform dispozițiilor art. 116. (4) În cazul reminderului, textul precizat la alin. (1) lit. a) va fi prezentat pe parcursul difuzării	Prevederile de la art 161 pot fi incluse în propunerea asociației de introducere a art. 159 ¹ .

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatore	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatore	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				spotului publicitar, în condiții care să asigure o percepție clară a mesajului, conform dispozițiilor art. 116. (5) Prin derogare de la prevederile alin. (1) lit. b), publicitatea în formă prescurtată (reminder) va include cel puțin una dintre avertizările prevăzute la art. 7 alin. (4) din Legea nr. 56/2021 privind suplimentele alimentare, cu modificările și completările ulterioare, sub formă scrisă. (6) În cazul reminderului, avertizările menționate la alin. (1) lit. b) se vor difuza în condițiile prevăzute la art. 116. (7) Dispozițiile alin. (1) - (6) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	
109	15.04.2025	Active Watch și Asociația pentru Tehnologie și Internet (ApTI)	office@activewatch.ro info@apti.ro	Art. 1 (1) În sensul prezentului cod de reglementare a conținutului audiovizual, denumit în continuare cod, termenii și expresiile de mai jos au următoarele semnificații: a) canal oferit prin intermediul unei platforme de partajare a materialelor video - conținut audiovizual asociat unui cont de utilizator înregistrat pe o platformă de partajare a materialelor video, unde sunt încărcate și/sau generate materiale video și programe. Canalul afișează numele și imaginea	Reanalizare text. Termenul „utilizator” trebuie înlocuit cu termenul „furnizor de servicii media audiovizuale”.

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				contului utilizatorului, o descriere succintă, videoclipurile publice pe care utilizatorul le încarcă și/sau generează și orice alte informații;	
110	15.04.2025	Active Watch și Asociația pentru Tehnologie și Internet (ApTI)	office@activewatch.ro info@apti.ro	Art. 1 alin. (1) d) conținut ilegal - orice conținut, informație sau acțiune care nu sunt conforme cu legislația națională, indiferent de obiectul sau natura respectivei legislații. Un astfel de conținut poate fi instigarea la acte de terorism, materialele care conțin abuzuri sexuale asupra copiilor, discursurile de incitare la ură, discursurile de natură rasistă și xenofobă, precum și orice alte forme de conținut cu impact asemănător, care nu sunt conforme cu legislația națională;	Reanalizare text
111	15.04.2025	Active Watch și Asociația pentru Tehnologie și Internet (ApTI)	office@activewatch.ro info@apti.ro	Art. 1 alin. (1) e) creator de conținut audiovizual difuzat online - orice persoană care generează, creează, produce, editează și pune la dispoziția publicului sau partajează conținut audiovizual pentru care are răspundere editorială, indiferent de denumirea și de modul de organizare al acestuia, prin intermediul rețelelor de comunicații electronice de tip internet;	Eliminare text
112	15.04.2025	Active Watch și	office@activewatch.ro	Art. 1 alin. (1)	Reanalizare text

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
		Asociația pentru Tehnologie și Internet (ApTI)	info@apti.ro	f) dezinformare - acțiunea de răspândire intenționată de informații al căror caracter fals sau înșelător este verificabil, care poate cauza prejudicii unei persoane, unui grup social, unei organizații sau interesului public;	
113	15.04.2025	Active Watch și Asociația pentru Tehnologie și Internet (ApTI)	office@activewatch.ro info@apti.ro	Art. 42 (1) Difuzarea înregistrărilor convorbirilor telefonice sau a corespondenței provenite din surse confidențiale ori a căror credibilitate nu este suficient verificată este permisă numai dacă acestea prezintă un interes public justificat și sunt însoțite de punctul de vedere al persoanei vizate. (2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	Reformulare text. Clarificare text
114	15.04.2025	Active Watch și Asociația pentru Tehnologie și Internet (ApTI)	office@activewatch.ro info@apti.ro	Art. 44 (1) În virtutea dreptului la propria imagine, în cazul în care în programele audiovizuale se aduc acuzații unei persoane privind fapte sau comportamente ilegale ori imorale, acestea trebuie susținute cu dovezi, iar persoanele acuzate trebuie contactate într-un timp rezonabil înainte de emisiune, informate cu privire la tema emisiunii/subiect și invitate să intervină pentru a-și exprima punctul de vedere. În situația	Reformulare text

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				în care persoana vizată refuză să prezinte un punct de vedere sau nu a putut fi contactată prin încercări repetate, trebuie precizat acest fapt. (2) În cazul în care acuzațiile prevăzute la alin. (1) sunt aduse de furnizorul de servicii media audiovizuale, acesta trebuie să respecte principiul audiatur et altera pars; respectarea acestui principiu presupune condiții nediscriminatorii de exprimare până la finalul aceluiași program în cadrul căruia s-au făcut acuzațiile. În situația în care persoana vizată refuză să prezinte un punct de vedere, trebuie precizat acest fapt. (3) Orice material înregistrat în care se aduc acuzații unei persoane privind fapte sau comportamente ilegale ori imorale trebuie să conțină și opinia acesteia. În situația în care persoana vizată refuză să prezinte un punct de vedere sau nu a putut fi contactată prin încercări repetate, trebuie precizat acest fapt. (4) Moderatorii programelor au obligația să solicite ferm interlocutorilor să probeze în cadrul aceluiași program afirmațiile acuzatoare, pentru a permite publicului să evalueze cât de justificate sunt acestea. (5) Moderatorii, prezentatorii și realizatorii programelor au obligația	

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				să nu folosească și să nu permită invitaților să folosească un limbaj injurios sau să instige la violență. (6) Este interzisă utilizarea cu rea-credință a numelui, imaginii, vocii sau asemănării cu o altă persoană în programele audiovizuale. (7) Orice referire peiorativă la adresa persoanelor în vârstă sau cu dizabilități, precum și punerea acestora în situații ridicole ori umilitoare sunt interzise în cadrul programelor audiovizuale, chiar dacă există acordul acestora. (8) Dispozițiile alin. (1) - (7) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc	
115	15.04.2025	Active Watch și Asociația pentru Tehnologie și Internet (ApTI)	office@activewatch.ro info@apti.ro	Art. 45 (1) Furnizorii de servicii media audiovizuale nu pot difuza: a) imagini ale persoanei aflate în situația de victimă, fără acordul acesteia; b) imagini ale persoanei fără discernământ sau decedate, fără acordul familiei; c) imagini care exploatează sau scot în evidență traumele ori traumatismele unei persoane. Fac excepție cazurile umanitare, pentru difuzarea cărora este necesar acordul persoanei în cauză sau al familiei; d) imagini de la înmormântări, cu	Reformulare text

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				excepția știrilor și/sau reportajelor din programele informative, emisiunilor sau filmelor documentare. Excepție fac funeraliile de stat. (2) În cazul martorilor la comiterea unei infracțiuni, la solicitarea acestora, difuzarea imaginilor se va realiza cu asigurarea protecției depline a identității lor.	
116	15.04.2025	Active Watch și Asociația pentru Tehnologie și Internet (ApTI)	office@activewatch.ro info@apti.ro	Art. 46 (1) Este interzisă difuzarea de imagini sau de înregistrări cu persoane aflate în stare de reținere sau arest, fără acordul acestora. (2) Este interzisă difuzarea de imagini sau de înregistrări cu persoane executând o pedeapsă privativă de libertate, cu excepția situațiilor în care acestea demonstrează încălcări ale unor drepturi sau există un interes public justificat. (3) Imaginile și/sau înregistrările cu persoane aflate în stare de reținere, arest sau care execută o pedeapsă privativă de libertate nu trebuie prezentate într-un mod excesiv și nerezonabil. (4) În cadrul programelor audiovizuale nu pot fi oferite, direct sau indirect, recompense și nu pot fi făcute promisiuni de recompensare a persoanelor care ar putea depune mărturie în instanțe judecătorești. (5) Dispozițiile alin. (1) - (4) se aplică	Reformulare text

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatore	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatore	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	
117	15.04.2025	Active Watch și Asociația pentru Tehnologie și Internet (ApTI)	office@activewatch.ro info@apti.ro	Art. 48 (1) Nu pot fi difuzate înregistrări realizate și puse la dispoziția furnizorilor de servicii media audiovizuale de către autoritățile polițienești sau judiciare, indiferent de suportul informatic utilizat, fără acordul persoanelor care sunt victime ale unor infracțiuni, fără acordul familiilor acestora sau, după caz, al reprezentanților legali. (2) Nu poate fi dezvăluită în niciun mod identitatea persoanelor care sunt victime ale infracțiunilor privitoare la viața sexuală; se exceptează situațiile în care victimele și-au dat acordul scris, sub condiția respectării limitelor de identificare stabilite prin acordul încheiat anterior difuzării; acordul prealabil nu poate justifica încălcări ale drepturilor și libertăților altor persoane, ordinea publică sau bunele moravuri și nici nu poate înlătura răspunderea furnizorului de servicii media audiovizuale pentru conținutul programelor, prevăzută la art. 3 al Legii audiovizualului.	Reformulare text
118	15.04.2025	Active Watch și Asociația pentru Tehnologie și Internet (ApTI)	office@activewatch.ro info@apti.ro	Art. 52 (1) Este interzisă difuzarea în programele audiovizuale a oricăror forme de incitare la ură națională,	Reformulare text

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				rasială sau religioasă, la discriminare și la săvârșirea de infracțiuni de genocid contra umanității și de crime de război. (2) Este interzisă difuzarea în programele audiovizuale a oricăror forme de manifestări rasiste, antisemite sau xenofobe. (3) Sunt interzise în programele audiovizuale afirmații, comportamente, mesaje care sunt de intimidare, ostile, degradante, defăimătoare, umilitoare sau ofensatoare la adresa unui grup/comunități definit(e) de sex, gen, rasă, culoare, origine etnică sau socială, caracteristici genetice, limbă, religie sau convingeri, opinii politice sau de altă natură, apartenența la o minoritate națională, avere, naștere, dizabilități, vârstă, orientare sexuală sau boală cronică contagioasă ori necontagioasă. (4) Sunt interzise în programele audiovizuale afirmații, comportamente, mesaje care sunt de intimidare, ostile, degradante, defăimătoare, umilitoare sau ofensatoare la adresa unei persoane pe baza apartenenței acesteia la un grup/o comunitate definit(ă) de sex, gen, rasă, culoare, origine etnică sau socială, caracteristici genetice, limbă, religie sau convingeri, opinii politice	

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatore	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatore	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				sau de altă natură, apartenența la o minoritate națională, avere, naștere, dizabilități, vârstă, orientare sexuală sau boală cronică contagioasă ori necontagioasă. (5) Dispozițiile alin. (1) - (4) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	
119	15.04.2025	Active Watch și Asociația pentru Tehnologie și Internet (ApTI)	office@activewatch.ro info@apti.ro	Art. 102 Furnizorii de servicii media audiovizuale trebuie să se asigure că imaginile, conținuturile audio și video artificiale și orice alte conținuturi audiovizuale sintetice realizate în mod realist, sunt însoțite pe toată durata difuzării de avertizarea scrisă: „Conținut audiovizual realizat cu ajutorul inteligenței artificiale!”.	Reformulare text
120	15.04.2025	Active Watch și Asociația pentru Tehnologie și Internet (ApTI)	office@activewatch.ro info@apti.ro	Cap. II Sponsorizare	Necesar text
121	15.04.2025	Active Watch și Asociația pentru Tehnologie și Internet (ApTI)	office@activewatch.ro info@apti.ro	Art. 131 (1) Calupurile publicitare trebuie separate clar, sonor și vizual, de programele audiovizuale, prin coperte neutre. (2) În cadrul unui calup publicitar poate fi difuzat un singur grupaj de autopromovare. (3) Pentru asigurarea condițiilor de identificare și separare, precizate la alin. (1), spoturile publicitare și de	

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatore	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatore	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				teleshopping se difuzează cu respectarea următoarelor reguli: a) calupurile publicitare trebuie separate clar, sonor și vizual, de programele audiovizuale, prin coperte neutre, cu mențiunea „Publicitate”; b) telepromovarea trebuie semnalată clar, sonor și vizual, și însoțită pe întreaga durată de difuzare de mențiunea „Publicitate”, afișată lizibil, cu o dimensiune de minimum 30 de puncte în format SD, definiție standard, respectiv 60 în format HD, înaltă definiție, și pe o durată de minimum 5 secunde; c) mențiunea scrisă prevăzută la lit. b) va fi eliminată după o perioadă de 6 luni de la data intrării în vigoare a prezentei decizii și va fi înlocuită cu simbolul „P”, afișat în aceleași condiții de lizibilitate; d) se interzice difuzarea de publicitate și de teleshopping în care apar prezentatori ai emisiunilor de știri.	d) se interzice difuzarea de publicitate și de teleshopping în care apar prezentatori ai emisiunilor de știri și a moderatorilor emisiunilor de actualități.
122	15.04.2025	Active Watch și Asociația pentru Tehnologie și Internet (ApTI)	office@activewatch.ro info@apti.ro	Art. 132 În calitate de utilizatori, furnizorii de servicii media audiovizuale la cerere ale căror programe sau materiale video conțin comunicări comerciale audiovizuale promovate, comercializate sau organizate de către furnizorul de platformă de partajare a materialelor video, vor informa publicul cu privire la acest lucru.	Art. 132 și Art. 133 au același conținut.

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				Art. 133 În calitate de utilizatori, furnizorii de servicii media audiovizuale la cerere ale căror programe sau materiale video conțin comunicări comerciale audiovizuale promovate, comercializate sau organizate de către furnizorul de platformă de partajare a materialelor video, vor informa publicul cu privire la acest lucru.	
123	15.04.2025	Active Watch și Asociația pentru Tehnologie și Internet (ApTI)	office@activewatch.ro info@apti.ro	Art. 175 (1) Furnizorilor de servicii media audiovizuale la cerere căroră Consiliul le-a adresat o somație de intrare în legalitate sau le-a aplicat o sancțiune au obligația de a comunica publicului motivele și obiectul sancțiunii sau ale somației, în formularea transmisă de Consiliu. (2) Furnizorii de servicii media audiovizuale la cerere trebuie să afișeze textul somației sau al sancțiunii, în următoarele 24 de ore de la comunicare, astfel: a) pentru o perioadă de 3 zile, prin postarea pe pagina web de start a serviciului, la loc vizibil; b) permanent, încărcat lângă programul care a produs încălcarea. (3) Nerespectarea dispozițiilor alin. (1) - (2) se sancționează conform art. 91 din Legea audiovizualului.	Reanalizare text
124	15.04.2025,	Asociația Farmaciilor și	alexandra.imbrea@asociatiafarmaciilor.ro	Art. 151	(1) Prin publicitate audiovizuală pentru produse

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
	ora 20:30	Farmaciiștilor din România (AFFR)		(1) Prin publicitate audiovizuală pentru produse medicale se înțelege orice formă de promovare destinată să stimuleze distribuția, consumul sau vânzarea medicamentelor și a dispozitivelor medicale.	destinate sănătății se înțelege orice formă de promovare destinată să stimuleze distribuția, consumul sau vânzarea medicamentelor, a dispozitivelor medicale, a produselor homeopate, a suplimentelor alimentare și a alimentelor cu destinație nutrițională specială și alte produse destinate sănătății.
125	15.04.2025, ora 20:30	Asociația Farmaciilor și Farmaciștilor din România (AFFR)	alexandra.imbrea@asociatiafarmaciilor.ro	Art. 152 (3) (4) –Sunt interzise publicitatea și teleshoppingul pentru medicamentele și tratamentele medicale care necesită prescripție medicală. (4) (2) Pot fi difuzate numai materialele publicitare avizate de Agenția Națională a Medicamentului și a Dispozitivelor Medicale, în conformitate cu dispozițiile cuprinse în cap. VIII „Publicitatea” și cap. IX „Informarea publicului” din titlul XVIII „Medicamentul” al Legii nr. 95/2006 privind reforma în domeniul sănătății, republicată, cu modificările și completările ulterioare. (5) (3) În programele audiovizuale nu pot fi recomandate medicamente identificate prin marcă sau denumire comercială, tratamente medicale, farmacii, cabinete medicale și medicodentare. (6) (4) Dispozițiile alin. (1) - (3) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	(1) Este interzisă difuzarea oricăror comunicări comerciale sau audiovizuale referitoare la farmacii, indiferent de platforma utilizată, conținutul acestora sau forma de promovare. (2) Difuzarea de comunicări comerciale audiovizuale cu privire la farmacii contravine caracterului științific, etic și profesional al activității farmaceutice. Acestea fiind de natură să creeze confuzii între rolul farmaciei și interesele comerciale, generând percepții eronate despre scopul și natura actului farmaceutic. (3) Sunt interzise publicitatea și teleshoppingul pentru medicamentele și tratamentele medicale care necesită prescripție medicală. (4) Pot fi difuzate numai materialele publicitare avizate de Agenția Națională a Medicamentului și a Dispozitivelor Medicale, în conformitate cu dispozițiile cuprinse în cap. VIII „Publicitatea” și cap. IX „Informarea publicului” din titlul XVIII „Medicamentul” al Legii nr. 95/2006 privind reforma în domeniul sănătății, republicată, cu modificările și completările ulterioare. (5) În programele audiovizuale nu pot fi recomandate medicamente identificate prin

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatore	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatore	Conținut propunere/ sugestie/opinie
					marcă sau denumire comercială, tratamente medicale, farmacii, cabinete medicale și medicodentare. (6) Dispozițiile alin. (1) - (5) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.
126	15.04.2025, ora 20:30	Asociația Farmaciilor și Farmaciștilor din România (AFFR)	alexandra.imbrea@asociatiafarmaciilor.ro	Art. 155 (1) Este interzisă difuzarea de publicitate și de teleshopping pentru produse de larg consum care invocă avize sau recomandări medicale; fac excepție produsele destinate igienei.	(1) Este interzisă difuzarea de publicitate și de teleshopping pentru produse de larg consum care invocă avize sau recomandări ale specialiștilor din domeniul sanitar ; fac excepție produsele destinate igienei.
127	15.04.2025, ora 20:30	Asociația Farmaciilor și Farmaciștilor din România (AFFR)	alexandra.imbrea@asociatiafarmaciilor.ro	Art. 156 (1) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping pentru medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare prezentate sau recomandate de personalități ale vieții publice, culturale, științifice, sportive ori de alte persoane, care, datorită celebrității lor, pot încuraja consumul acestor produse sau tratamente. (2) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping în care personal medical sau farmaciști recomandă ori avizează produse alimentare destinate minorilor, medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale suplimente alimentare, și alte produse destinate sănătății . (3) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping pentru medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale, suplimente alimentare, și alte produse destinate sănătății , dacă prezentările	(1) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping pentru medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale, suplimente alimentare, alte produse destinate sănătății , prezentate sau recomandate de personalități ale vieții publice, culturale, științifice, sportive ori de alte persoane, care, datorită celebrității lor, pot încuraja consumul acestor produse sau tratamente. (2) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping în care personal medical sau farmaciști recomandă ori avizează produse alimentare destinate minorilor, medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale suplimente alimentare, și alte produse destinate sănătății . (3) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping pentru medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale, suplimente alimentare, și alte produse destinate sănătății , dacă prezentările

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				(3) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping pentru medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare, dacă prezentările conțin recomandări ori avize ale asociațiilor medicale.	conțin recomandări ori avize ale asociațiilor medicale. <i>Propun introducerea unui nou alineat cu următorul cuprins:</i> (4) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping pentru medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare, dacă prezentările conțin referiri explicite sau implicite la denumirea comercială a unei unități farmaceutice, respectiv a unui brand marcă înregistrată aparținând unor societăți comerciale în cadrul cărora funcționează una sau mai multe unități farmaceutice.
128	15.04.2025, ora 20:30	Asociația Farmaciilor și Farmaciștilor din România (AFFR)	alexandra.imbrea@asociatiafarmaciilor.ro	Art. 157 (1) Este interzisă difuzarea de publicitate pentru medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare în emisiuni destinate minorilor ori în pauzele publicitare care precedă sau urmează unor astfel de emisiuni.	(1) Este interzisă difuzarea de publicitate pentru medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare în emisiuni destinate minorilor ori în pauzele publicitare care precedă sau urmează unor astfel de emisiuni, precum și utilizarea minorilor în orice campanie publicitară destinată acestor produse, unităților sanitare și unităților farmaceutice.
129	15.04.2025,	Asociația Farmaciilor și	alexandra.imbrea@asociatiafarmaciilor.ro	Art. 159	(1) Publicitatea la medicamente, tratamente

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
	ora 20:30	Farmacivilor din România (AFFR)		(1) Publicitatea la medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare nu trebuie să conțină nicio mențiune care: a) să dea impresia că o consultație medicală sau o intervenție chirurgicală nu este necesară, în special prin oferirea unor sugestii de diagnostic ori de tratament la distanță; b) să sugereze că efectul tratamentului cu medicamentele, tratamentele medicale, produsele homeopate, dispozitivele medicale și suplimentele alimentare respective este garantat, nu este însoțit de reacții adverse sau că efectul este mai bun ori echivalent cu cel al altui tratament sau medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare; c) să sugereze că starea de sănătate a subiectului poate fi îmbunătățită prin utilizarea medicamentelor, tratamentelor medicale, produselor homeopate, dispozitivelor medicale și a suplimentelor alimentare respective; d) să sugereze că starea de sănătate a subiectului poate fi afectată dacă nu se utilizează medicamentul, tratamentul medical, produsul	medicale, produse homeopate, dispozitive medicale, suplimente alimentare și alte produse destinate sănătății, nu trebuie să conțină nicio mențiune care:

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				homeopat, dispozitivul medical și suplimentul alimentar respectiv; această interdicție nu se aplică campaniilor de vaccinare prevăzute la art. 813 alin. (4) din Legea nr. 95/2006, republicată, cu modificările și completările ulterioare; e) să se adreseze exclusiv sau în special minorilor; f) să sugereze că medicamentele, tratamentele medicale, produsele homeopate, dispozitivele medicale și suplimentele alimentare sunt un aliment, produs cosmetic sau alt produs de consum; g) să sugereze că siguranța sau eficacitatea medicamentului, tratamentului medical, produsului homeopat, dispozitivului medical și a suplimentului alimentar este datorată faptului că acesta este natural; h) să poată, printr-o descriere sau reprezentare detaliată a unui caz, să ducă la o autodiagnosticare eronată; i) să ofere, în termeni inadecvați, alarmanți sau înșelători, asigurări privind vindecarea; j) să folosească, în termeni inadecvați, alarmanți sau înșelători, reprezentări vizuale ale schimbărilor în organismul uman cauzate de boli sau leziuni ori de acțiuni ale	

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				medicamentelor, tratamentelor medicale, produselor homeopate, dispozitivelor medicale și ale suplimentelor alimentare asupra organismului uman sau a unei părți a acestuia.	<i>Propun introducerea a 3 noi litere, k), l) și m) cu următorul conținut:</i> k) să sugereze în orice modalitate faptul că produsul respectiv poate înlocui tratamentul recomandat de medic, precum și faptul că prin administrarea acestui produs se poate renunța

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
					la un astfel de tratament recomandat de către medic; l) să asocieze un medicament, tratament medical, produs homeopat, dispozitiv medical și supliment alimentar cu sigla marcă înregistrată sau cu orice alt element de identificare vizual sau sonor care permite individualizarea unităților farmaceutice sau a societăților comerciale în cadrul cărora funcționează acestea; m) să asocieze eliberarea unui medicament, tratament medical, produs homeopat, dispozitiv medical și supliment alimentar cu tombole, concursuri sau orice altă formă de promovare similară jocurilor de noroc care implică obținerea de câștiguri sau avantaje materiale.
130	15.04.2025, ora 20:30	Asociația Farmaciilor și Farmaciștilor din România (AFFR)	alexandra.imbrea@asociatiafarmaciilor.ro	Art. 161 (1) Publicitatea și teleshoppingul la suplimentele alimentare vor include în mod obligatoriu următoarele: a) avertizarea „Acesta este un supliment alimentar. Citiți cu atenție prospectul/informațiile de pe ambalaj.”; b) informațiile prezente pe eticheta suplimentului alimentar, în conformitate cu dispozițiile art. 7 alin. (4) din Legea nr. 56/2021 privind suplimentele alimentare, cu modificările și completările ulterioare. (2) Durata avertizării menționate la alin. (1) lit. a) va fi de minimum 3 secunde și aceasta va fi difuzată la sfârșitul	Propun introducerea următoarelor alineate: (7) În publicitatea audiovizuală referitoare la suplimente alimentare și la alte produse destinate sănătății, este interzisă proprietăților de prevenire, tratare sau vindecare a unei boli umane sau referirea la asemenea proprietăți, precum nici referirea la o anumită afecțiune, boală umană sau caracteristici ale acestora. (8) Publicitatea audiovizuală privind suplimentele alimentare și altor produse destinate sănătății nu trebuie să conțină următoarele mențiuni: a) proprietatea de prevenire, tratare sau vindecare a unei afecțiuni sau boli umane, precum și referirea la astfel de proprietăți; b) simptome ale unor afecțiuni sau boli umane, precum nici asocierea acestora cu suplimentul alimentar;

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatore	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatore	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				spotului publicitar; pe posturile de televiziune avertizarea va fi prezentată atât sonor, cât și vizual. (3) Avertizările menționate la alin. (1) lit. b) se vor difuza în condiții care să asigure percepție clară a mesajului, printr-o pronunțare normală, neaccelerată, conform dispozițiilor art. 116. (4) În cazul reminderului, textul precizat la alin. (1) lit. a) va fi prezentat pe parcursul difuzării spotului publicitar, în condiții care să asigure o percepție clară a mesajului, conform dispozițiilor art. 116. (5) Prin derogare de la prevederile alin. (1) lit. b), publicitatea în formă prescurtată (reminder) va include cel puțin una dintre avertizările prevăzute la art. 7 alin. (4) din Legea nr. 56/2021 privind suplimentele alimentare, cu modificările și completările ulterioare, sub formă scrisă. (6) În cazul reminderului, avertizările menționate la alin. (1) lit. b) se vor difuza în condițiile prevăzute la art. 116. (7) Dispozițiile alin. (1) - (6) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	c) statistici privind anumite boli umane, precum prevalență, mortalitate sau morbiditate, precum nici asocierea acestora cu suplimentul alimentar; d) referirea sau asocierea specialiștilor în domeniul sănătății (medici, farmaciști, medici stomatologi) sau a unităților sanitare și farmaceutice cu recomandarea sau comercializarea suplimentelor alimentare; e) orice altfel de referire sau asociere între o afecțiune sau boală umană și suplimentul alimentar. (9) Publicitatea audiovizuală privind suplimentele alimentare și altor produse destinate sănătății trebuie să conțină următoarele mențiuni: a) o atenționare că suplimentele alimentare nu trebuie să înlocuiască o alimentație variată și adecvată; b) o recomandare de consultare a medicului sau farmacistului, în vederea analizării necesității administrării suplimentului alimentar. (10) Dispozițiile alin. (1) - (9) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
131	15.04.2025, ora 19:37	Coaliția pentru Siguranță Rutieră	office@pentrusigurantarutiera.ro	Titlul X - Comunicări comerciale audiovizuale Cap. IV - Publicitate și teleshopping Secțiunea a 7-a – Mesaje de conștientizare Art. 150 alin. (1)	Varianta 1: „Pentru siguranța dumneavoastră, respectați limitele legale de viteză.” Varianta 2: „Pentru siguranța dumneavoastră, nu conduceți sub influența alcoolului sau a substanțelor psihoactive.” Varianta 3: „Pentru siguranța dumneavoastră ca pieton, traversați drumul în mod regulamentar”.
132	15.04.2025, ora 18:15	Colegiul Farmaciștilor din Covasna	officecfcovasna@gmail.com	Secțiunea a 8-a Publicitate la medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale, suplimente alimentare și la alimente cu destinație nutrițională specială	Secțiunea a 8-a Publicitate la medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale, suplimente alimentare, alimente cu destinație nutrițională specială și la alte produse destinate sănătății
133	15.04.2025, ora 18:15	Colegiul Farmaciștilor din Covasna	officecfcovasna@gmail.com	Art. 151 (1) Prin publicitate audiovizuală pentru produse medicale se înțelege orice formă de promovare destinată să stimuleze distribuția, consumul sau vânzarea medicamentelor și a dispozitivelor medicale. (2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	(1) Prin publicitate audiovizuală pentru medicamente, dispozitive medicale, suplimente alimentare, alimente cu destinație nutrițională specială și la alte produse destinate sănătății, se înțelege orice formă de promovare destinată să stimuleze distribuția, consumul sau vânzarea a acestora.
134	15.04.2025, ora 18:15	Colegiul Farmaciștilor din Covasna	officecfcovasna@gmail.com	Art. 152 (1) Sunt interzise publicitatea și teleshoppingul pentru medicamentele și tratamentele medicale care necesită prescripție medicală. (2) Pot fi difuzate numai materialele	(1) Sunt interzise publicitatea și teleshoppingul pentru medicamentele care se eliberează doar pe bază de prescripție medicală, precum și pentru farmacii identificate prin marcă.

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				publicitare avizate de Agenția Națională a Medicamentului și a Dispozitivelor Medicale, în conformitate cu dispozițiile cuprinse în cap. VIII „Publicitatea” și cap. IX „Informarea publicului” din titlul XVIII „Medicamentul” al Legii nr. 95/2006 privind reforma în domeniul sănătății, republicată, cu modificările și completările ulterioare. (3) În programele audiovizuale nu pot fi recomandate medicamente identificate prin marcă sau denumire comercială, tratamente medicale, farmacii, cabinete medicale și medico-dentare. (4) Dispozițiile alin. (1) - (3) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	
135	15.04.2025, ora 18:15	Colegiul Farmaciștilor din Covasna	officecfcovasna@gmail.com	Art. 153 (1) Sunt interzise publicitatea și teleshoppingul la medicamente care conțin substanțe definite ca stupefiante sau psihotrope. (2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	Propun eliminarea acestui art.
136	15.04.2025, ora 18:15	Colegiul Farmaciștilor din Covasna	officecfcovasna@gmail.com	Art. 154 (1) Promovarea medicamentelor în serviciile media audiovizuale va include în mod obligatoriu următoarele:	(1) Promovarea medicamentelor care se eliberează fără prescripție medicală (OTC) în serviciile media audiovizuale va include în mod obligatoriu următoarele:

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				a) denumirea produsului; b) denumirea comună, dacă produsul conține un singur ingredient activ; c) indicația terapeutică (afecțiunile pentru care se folosește produsul medicamentos); d) avertizarea sonoră „Acesta este un medicament. Citiți cu atenție prospectul.”; e) avertizarea scrisă, prevăzută la art. 815 alin. (1) lit. b) liniuța a treia din Legea nr. 95/2006, republicată, cu modificările și completările ulterioare. (2) Prin derogare de la prevederile alin. (1), publicitatea în formă prescurtată (reminder) va include cel puțin avertizarea prevăzută la alin. (1) lit. d), sub formă scrisă. (3) Avertizarea menționată la alin. (1) lit. d) se va difuza în condiții care să asigure o percepție clară a mesajului, printr-o pronunțare normală, neaccelerată. (4) Avertizările menționate la alin. (1) lit. e) și la alin. (2) se vor difuza în condițiile prevăzute la art. 116. (5) Dispozițiile alin. (1) - (3) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	
137	15.04.2025, ora 18:15	Colegiul Farmaciștilor din Covasna	officecfcovasna@gmail.com	Art. 156 (1) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping pentru medicamente, dispozitive medicale, suplimente alimentare, precum și	(1) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping pentru medicamente, dispozitive medicale, suplimente alimentare, precum și

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare prezentate sau recomandate de personalități ale vieții publice, culturale, științifice, sportive ori de alte persoane, care, datorită celebrității lor, personalități ale vieții publice, culturale, științifice, sportive ori de tratamente, precum și de către farmaciști, medici sau personal medical ori actori care celebrității lor, pot încuraja consumul acestor produse sau tratamente. (2) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping în care personal medical sau farmaciști, ori actori care impersonează astfel de profesii, recomandă ori avizează produse alimentare destinate minorilor, medicamente, dispozitive medicale și suplimente alimentare. (3) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping pentru prezentările conțin recomandări ori avize ale medicamentelor, tratamentelor medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare, dacă prezentările conțin recomandări ori avize ale asociațiilor medicale. (4) Dispozițiile alin. (1) - (3) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	pentru farmacii identificate prin marcă, prezentate sau recomandate de personalități ale vieții publice, culturale, științifice, sportive ori de alte persoane, care, datorită celebrității lor, pot încuraja consumul acestor produse sau tratamente, precum și de către farmaciști, medici sau personal medical ori actori care impersonează astfel de profesii. (2) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping în care personal medical sau farmaciști, ori actori care impersonează astfel de profesii, recomandă ori avizează produse alimentare destinate minorilor, medicamente, dispozitive medicale și suplimente alimentare. (3) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping pentru medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare, dacă prezentările conțin recomandări ori avize ale asociațiilor medicale.
138	15.04.2025, ora 18:15	Colegiul Farmaciștilor din Covasna	officecfcovasna@gmail.com	Art. 157 (1) Este interzisă difuzarea de publicitate pentru medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare în emisiuni destinate minorilor ori în pauzele publicitare care precedă sau urmează emisiunilor astfel de emisiuni.	(1) Este interzisă difuzarea de publicitate pentru medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare în emisiuni destinate minorilor ori în pauzele publicitare care precedă sau urmează emisiunilor astfel de emisiuni.

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				destinate minorilor ori în pauzele publicitare care precedă sau urmează unor astfel de emisiuni. (2) Producătorii și distribuitorii de medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare nu pot sponsoriza programele ori emisiunile destinate minorilor. (3) Publicitatea și teleshoppingul la produse și tratamente pentru probleme de natură sexuală nu pot fi difuzate decât în intervalul orar 22,00 - 6,00. (4) Dispozițiile alin. (1) și (2) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	(2) Producătorii și distribuitorii de medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare nu pot sponsoriza programele ori emisiunile destinate minorilor
139	15.04.2025, ora 18:15	Colegiul Farmaciștilor din Covasna	officecfcovasna@gmail.com	Art. 158 (1) Este interzisă menționarea în publicitate sau în teleshopping a unor indicații terapeutice referitoare la boli precum: a) tuberculoză; b) bolile cu transmitere sexuală; c) alte boli infecțioase grave; d) cancer și alte boli tumorale; e) insomnia cronică; f) diabet și alte boli metabolice. (2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	Cum au fost selectate aceste boli, având în vedere că sunt dintr-un spectru foarte diferit (boli cu transmitere sexuală vs. diabet sau insomnie)?
140	15.04.2025,	Colegiul Farmaciștilor	officecfcovasna@gmail.com	Art. 159	(1) Publicitatea pentru medicamentele care se

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
	ora 18:15	din Covasna		(1) Publicitatea la medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare nu trebuie să conțină nicio mențiune care: a) să dea impresia că o consultație medicală sau o intervenție chirurgicală nu este necesară, în special prin oferirea unor sugestii de diagnostic sau de tratament la distanță; b) să sugereze că efectul tratamentului cu medicamentul respectiv este garantat, nu este însoțit de reacții adverse sau că efectul este mai bun ori echivalent cu cel al altui tratament sau medicament; c) să sugereze că starea de sănătate a subiectului poate fi îmbunătățită prin utilizarea medicamentului respectiv; d) să sugereze că starea de sănătate a subiectului este însoțit de reacții adverse sau că poate fi afectată dacă nu se utilizează medicamentul; această interdicție nu se aplică cel al altui tratament sau campaniilor de vaccinare prevăzute la art. 813 alin. (4) din Legea nr. 95/2006, republicată, cu modificările și completările ulterioare; e) să se adreseze exclusiv sau în special copiilor; f) să sugereze că medicamentul este un aliment, subiectului poate fi îmbunătățită prin utilizarea medicamentelor; g) să sugereze că siguranța sau eficacitatea tratamentelor medicale, produselor homeopate, dispozitivelor medicale și a suplimentelor alimentare respective; h) să poată, printr-o descriere sau reprezentare detaliată a unui caz, să ducă la o autodiagnosticare eronată; i) să ofere, în termeni inadecvați, alarmanți sau înșelători, asigurări privind vindecarea; j) să folosească, în termeni inadecvați, alarmanți sau înșelători, reprezentări vizuale ale schimbărilor în organismul uman cauzate de boli	eliberează fără prescripție medicală nu trebuie să conțină nicio mențiune care: a) să dea impresia că o consultație medicală sau o intervenție chirurgicală nu este necesară, în special prin oferirea unor sugestii de diagnostic sau de tratament la distanță; b) să sugereze că efectul tratamentului cu medicamentul respectiv este garantat, nu este însoțit de reacții adverse sau că efectul este mai bun ori echivalent cu cel al altui tratament sau medicament; c) să sugereze că starea de sănătate a subiectului poate fi îmbunătățită prin utilizarea medicamentului respectiv; d) să sugereze că starea de sănătate a subiectului este însoțit de reacții adverse sau că poate fi afectată dacă nu se utilizează medicamentul; această interdicție nu se aplică cel al altui tratament sau campaniilor de vaccinare prevăzute la art. 813 alin. (4) din Legea nr. 95/2006, republicată, cu modificările și completările ulterioare; e) să se adreseze exclusiv sau în special copiilor; f) să sugereze că medicamentul este un aliment, subiectului poate fi îmbunătățită prin produs cosmetic sau alt produs de consum; g) să sugereze că siguranța sau eficacitatea medicamentului este datorată faptului că acesta este natural; h) să poată, printr-o descriere sau reprezentare detaliată a unui caz, să ducă la o autodiagnosticare eronată; i) să ofere, în termeni inadecvați, alarmanți sau înșelători, asigurări privind vindecarea; j) să folosească, în termeni inadecvați, alarmanți sau înșelători, reprezentări vizuale ale schimbărilor în organismul uman cauzate de boli

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				prevăzute la art. 813 alin. (4) din Legea nr. 95/2006, republicată, cu modificările și completările ulterioare; e) să se adreseze exclusiv sau în special minorilor; f) să sugereze că medicamentele, tratamentele medicale, produsele homeopate, dispozitivele medicale și suplimentele alimentare sunt un aliment, produs cosmetic sau alt produs de consum; g) să sugereze că siguranța sau eficacitatea medicamentului, tratamentul medical, produsului homeopat, dispozitivului medical și a suplimentului alimentar este datorată faptului că acesta este natural; h) să poată, printr-o descriere sau reprezentare detaliată a unui caz, să ducă la o autodiagnosticare eronată; i) să ofere, în termeni inadecvați, alarmanți sau înșelători, asigurări privind vindecarea; j) să folosească, în termeni inadecvați, alarmanți sau înșelători, reprezentări vizuale ale schimbărilor în organismul uman cauzate de boli sau leziuni ori de acțiuni ale medicamentelor, tratamentelor medicale, produselor homeopate, dispozitivelor medicale și ale suplimentelor alimentare asupra organismului uman sau a unei părți a acestuia. (2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în	sau leziuni ori de acțiuni ale medicamentelor asupra organismului uman sau a unei părți a acestuia. (2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	
141	15.04.2025, ora 18:15	Colegiul Farmaciștilor din Covasna	officecfcovasna@gmail.com		Propun introducerea unui articol nou, art. 159¹, care se referă la publicitatea la suplimente alimentare și la alte produse destinate sănătății: Art. 159¹ (1) În publicitatea audiovizuală referitoare la suplimente alimentare și la alte produse destinate sănătății, este interzisă proprietăților de prevenire, tratare sau vindecare a unei boli umane sau referirea la asemenea proprietăți, precum nici referirea la o anumită afecțiune, boală umană sau caracteristici ale acestora. (2) Publicitatea audiovizuală privind suplimentele alimentare și altor produse destinate sănătății nu trebuie să conțină următoarele mențiuni: a) proprietatea de prevenire, tratare sau vindecare a unei afecțiuni sau boli umane, precum și referirea la astfel de proprietăți; b) simptome ale unor afecțiuni sau boli umane, precum nici asocierea acestora cu suplimentul alimentar; c) statistici privind anumite boli umane, precum prevalență, mortalitate sau morbiditate, precum nici asocierea acestora cu suplimentul alimentar; d) referirea sau asocierea specialiștilor în domeniul sănătății (medici, farmaciști, medici stomatologi) sau a unităților sanitare și farmaceutice cu recomandarea sau comercializarea suplimentelor alimentare;

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatore	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatore	Conținut propunere/ sugestie/opinie
					e) orice altfel de referire sau asociere între o afecțiune sau boală umană și suplimentul alimentar. (3) Publicitatea audiovizuală privind suplimentele alimentare și altor produse destinate sănătății trebuie să conțină următoarele mențiuni: a) o atenționare că suplimentele alimentare nu trebuie să înlocuiască o alimentație variată și adecvată; b) o recomandare de consultare a medicului sau farmacistului, în vederea analizării necesității administrării suplimentului alimentar. (4) Dispozițiile alin. (1) - (3) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.
142	15.04.2025, ora 18:15	Colegiul Farmaciștilor din Covasna	officecfcovasna@gmail.com		Propun introducerea unui articol nou, art. 159², care se referă la publicitatea la dispozitive medicale: Art. 159² (1) Publicitatea pentru un dispozitiv medical: a) trebuie să încurajeze utilizarea rațională a dispozitivului medical, prin prezentarea lui obiectivă și fără a-i exagera proprietățile; b) nu trebuie să fie înșelătoare; c) trebuie să conțină informații corecte, actualizate, verificabile și suficient de complete pentru a permite, după caz, publicului larg să înțeleagă modul de utilizare a dispozitivului medical, iar profesioniștilor din domeniul sănătății să aprecieze caracteristicile și performanțele dispozitivului medical.

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
					(2) Este interzisă publicitatea pentru un dispozitiv medical al cărui mod de atingere a scopului propus nu poate fi susținut de dovezi clinice. (3) Toate informațiile conținute în materialul publicitar pentru un dispozitiv medical trebuie să corespundă cu informațiile ce se regăsesc în instrucțiunile/manualul de utilizare ale/al produsului. (4) Este interzisă publicitatea destinată publicului larg pentru dispozitive medicale cu scopuri speciale, care se utilizează numai conform unei recomandări medicale. (5) Este permisă publicitatea destinată publicului larg doar pentru acele dispozitive medicale care, prin scop, sunt destinate a fi utilizate fără intervenția personalului medical calificat în scopul stabilirii diagnosticului, recomandării acestora sau pentru monitorizarea tratamentului, fiind suficiente, la nevoie, sfaturile farmaciștilor. (6) Publicitatea audiovizuală referitoare la dispozitive medicale: a) trebuie să fie conceput astfel încât să fie clar că mesajul este de natură publicitară și că produsul este evident identificat ca dispozitiv medical; b) trebuie să includă cel puțin următoarele informații: denumirea dispozitivului medical, definirea clară a scopului propus pentru utilizare, informațiile necesare pentru utilizarea corectă a dispozitivului medical și o invitație expresă, lizibilă, de a citi cu atenție instrucțiunile din manualul de utilizare al produsului. (7) Publicitatea pentru dispozitive medicale

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
					destinată publicului larg nu trebuie să conțină nicio mențiune care: a) să sugereze că impresia că o consultație medicală sau o intervenție chirurgicală nu este necesară; b) să sugereze că diagnosticul, rezultatul determinării, stabilit cu un dispozitiv medical este garantat, nu poate fi însoțit de erori sau că efectul tratamentului cu un dispozitiv medical este garantat, nu este însoțit de reacții adverse sau că efectul este mai bun ori echivalent cu cel al altui tratament cu alt dispozitiv medical sau medicament; c) să sugereze că starea de sănătate a subiectului poate fi afectată dacă nu se utilizează dispozitivul medical; d) să se adreseze exclusiv copiilor; e) să facă referire la o recomandare a oamenilor de știință, profesioniștilor din domeniul sănătății sau persoanelor care nu fac parte din aceste categorii, dar a căror celebritate poate încuraja utilizarea dispozitivului medical; f) să sugereze că dispozitivul medical este un produs cosmetic sau de relaxare sau alt produs de consum; g) să sugereze că siguranța sau eficacitatea dispozitivului medical este datorată faptului că acesta este natural; h) să poată, printr-o descriere sau reprezentare detaliată a unui caz, să ducă la o autodiagnosticare eronată; i) să ofere, în termeni inadecvați, alarmanți sau înșelători, asigurări privind vindecarea prin utilizarea dispozitivului medical respectiv;

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
					j) să folosească, în termeni inadecvați, alarmanți sau înșelători, reprezentări vizuale ale schimbărilor în organismul uman cauzate de boli sau leziuni ori de acțiuni ale dispozitivelor medicale asupra organismului uman sau a unei părți a acestuia. (8) Dispozițiile alin. (1) - (7) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.
143	15.04.2025, ora 18:15	Colegiul Farmaciștilor din Covasna	officecfcovasna@gmail.com	Art. 161 (1) Publicitatea și teleshoppingul la suplimentele alimentare vor include în mod obligatoriu următoarele: a) avertizarea „Acesta este un supliment alimentar. Citiți cu atenție prospectul/informațiile de pe ambalaj.”; b) informațiile prezente pe eticheta suplimentului alimentar, în conformitate cu dispozițiile art. 7 alin. (4) din Legea nr. 56/2021 privind suplimentele alimentare, cu modificările și completările ulterioare. (2) Durata avertizării menționate la alin. (1) lit. a) va fi de minimum 3 secunde și aceasta va fi difuzată la sfârșitul spotului publicitar; pe posturile de televiziune avertizarea va fi prezentată atât sonor, cât și vizual. (3) Avertizările menționate la alin. (1) lit. b) se vor difuza în condiții care să asigure o percepție clară a mesajului, printr-o pronunțare normală,	Prevederile de la art 161 pot fi incluse în propunerea asociației de introducere a art. 159 ¹ .

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				neaccelerată, conform dispozițiilor art. 116. (4) În cazul reminderului, textul precizat la alin. (1) lit. a) va fi prezentat pe parcursul difuzării spotului publicitar, în condiții care să asigure o percepție clară a mesajului, conform dispozițiilor art. 116. (5) Prin derogare de la prevederile alin. (1) lit. b), publicitatea în formă prescurtată (reminder) va include cel puțin una dintre avertizările prevăzute la art. 7 alin. (4) din Legea nr. 56/2021 privind suplimentele alimentare, cu modificările și completările ulterioare, sub formă scrisă. (6) În cazul reminderului, avertizările menționate la alin. (1) lit. b) se vor difuza în condițiile prevăzute la art. 116. (7) Dispozițiile alin. (1) - (6) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	
144	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 1 alin. (1) m) <i>serviciu „video la cerere”</i> - tip de serviciu media audiovizual la cerere, neliniar, denumit și <i>video on demand</i>, care oferă utilizatorului acces, la cerere individuală și la momentul ales de către acesta, la vizionarea de filme, videoclipuri, spectacole,	Ar trebui eliminat termenul „live” din cuprinsul definiției.

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				live sau înregistrate, precum și alte tipuri de conținut video reunite în cadrul unui catalog de programe, indiferent de forma sub care acestea sunt selecționate și organizate în cadrul catalogului.	
145	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 1 (3) Dacă în conținutul normei nu se specifică altfel, dispozițiile codului sunt aplicabile: a) programelor audiovizuale și comunicărilor comerciale audiovizuale difuzate în cadrul serviciilor de programe de televiziune și de radiodifuziune; b) programelor audiovizuale, materialelor video și comunicărilor comerciale audiovizuale furnizate printr-un serviciu media audiovizual la cerere, denumit și video on demand, transmis prin rețele de comunicații electronice; c) programelor audiovizuale, materialelor video și comunicărilor comerciale audiovizuale furnizate prin intermediul unei platforme de partajare a materialelor video.	b) programelor audiovizuale, materialelor video și comunicărilor comerciale audiovizuale furnizate printr-un serviciu media audiovizual la cerere, denumit și video on demand, transmis prin rețele de comunicații electronice, care sunt difuzate sau publicate pentru prima oară după data intrării în vigoare a prezentului Cod; c) programelor audiovizuale, materialelor video și comunicărilor comerciale audiovizuale furnizate prin intermediul unei platforme de partajare a materialelor video, care sunt difuzate sau publicate pentru prima oară după data intrării în vigoare a prezentului Cod.
146	15.04.2025,	Anonim		Art. 5	Art. 5 - (1) Prezentarea sau participarea

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatore	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatore	Conținut propunere/ sugestie/opinie
	ora 17:59			(1) Este interzisă difuzarea oricăror indicii care ar putea duce la identificarea minorului în vârstă de până la 14 ani, în situația în care acesta este victimă a unui abuz sexual sau este acuzat de comiterea unor infracțiuni ori a fost martor la săvârșirea acestora. (2) În situația în care minorul în vârstă de până la 14 ani este victimă a unor infracțiuni, altele decât situațiile prevăzute la alin. (1), sau a fost supus unor abuzuri fizice ori psihice, difuzarea de imagini sau declarații este interzisă. (3) Dispozițiile alin. (1) - (2) se aplică în mod corespunzător și programelor audiovizuale difuzate în cadrul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc	minorului în vârstă de până la 14 ani în cadrul programelor audiovizuale este supusă următoarelor limitări și condiții: a) este interzisă difuzarea de imagini sau declarații ale acestuia, în situația în care minorul este victima a unor infracțiuni sau a fost supus unor abuzuri fizice ori psihice, precum și difuzarea oricăror indicii care ar putea conduce la identificarea minorului, în situația în care acesta este victima a unei infracțiuni contra libertății și integrității sexuale sau a oricărei forme de abuz sexual; b) este interzisă difuzarea oricăror indicii care ar putea conduce la identificarea acestuia, în cazul în care minorul este acuzat de săvârșirea unor infracțiuni ori a fost martor la săvârșirea unor infracțiuni; c) este interzisă difuzarea de interviuri sau declarații ale acestuia în legătură cu evenimente dramatice, din comunitate sau din familie, la care acesta a fost martor; d) participarea minorului la programe audiovizuale, altele decât cele având ca subiect evenimentele culturale și competițiile sportive sau școlare, este posibilă numai cu acceptul acestuia, precum și cu consimțământul scris ori înregistrat al părinților sau, după caz, al reprezentantului legal; e) este interzisă difuzarea după ora 22.00 de programe audiovizuale realizate în direct și la care participă minori, cu excepția celor având ca subiect evenimentele culturale și competițiile sportive sau școlare.

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatore	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatore	Conținut propunere/ sugestie/opinie
					(2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și programelor audiovizuale difuzate în cadrul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.
147	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 6 (1) Nu pot fi difuzate reconstituiri de infracțiuni, abuzuri sau evenimente dramatice în care sunt folosiți minori. (2) Furnizorii de servicii media audiovizuale nu pot difuza interviuri și declarații ale minorului în vârstă de până la 14 ani în legătură cu evenimente dramatice, din comunitate sau din familie, la care acesta a fost martor. (3) Furnizorii de servicii media audiovizuale nu pot difuza interviuri și declarații în care minorului îi sunt solicitate păreri referitoare la probleme intime de familie sau care îi depășesc puterea de judecată. (4) Dispozițiile alin. (1) - (3) se aplică în mod corespunzător și programelor audiovizuale difuzate în cadrul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc	Art. 6 (1) Minorul cu vârsta cuprinsă între 14 și 16 ani acuzat de săvârșirea unei infracțiuni sau victimă a unei infracțiuni ori abuzat fizic, psihic sau sexual poate fi prezentat în programele de știri, în emisiuni de debateri sau în reportaje audiovizuale, cu îndeplinirea cumulativă a următoarelor condiții: a) existența consimțământului scris al acestuia; b) existența prealabilă a consimțământului părinților sau al reprezentantului legal, în formă scrisă; c) asistarea pe parcursul transmisiei sau al înregistrării de către un părinte ori de către reprezentantul legal, respectiv de către avocat în cazul cercetării penale, reținerii sau arestării. Minorul nu poate fi asistat de către părintele presupus autor al abuzului; d) eliminarea oricăror elemente care pot conduce la identificarea minorului. (2) În cazul în care minorul cu vârsta cuprinsă între 14 și 16 ani a fost martor la săvârșirea unei infracțiuni, sunt aplicabile condițiile prevăzute în alineatul precedent la lit. a) și b), iar condiția prevăzută la lit. d) este aplicabilă la solicitarea minorului, a părinților sau a reprezentantului legal. (3) Dispozițiile alin. (1) - (2) se aplică în

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatore	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatore	Conținut propunere/ sugestie/opinie
					mod corespunzător și programelor audiovizuale difuzate în cadrul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.
148	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 7 (1) Minorul cu vârsta cuprinsă între 14 și 16 ani acuzat de comiterea unei infracțiuni sau victimă a unei infracțiuni ori abuzat fizic, psihic sau sexual poate fi prezentat în programele de știri, în emisiuni de dezbateri sau reportaje audiovizuale, cu îndeplinirea cumulativă a următoarelor condiții: a) existența consimțământului scris al acestuia; b) existența prealabilă a consimțământului părinților sau al reprezentantului legal, în formă scrisă; c) asistarea pe parcursul transmisiei sau al înregistrării de către un părinte ori de către reprezentantul legal, respectiv de către avocat în cazul cercetării penale sau arestării. Minorul nu poate fi asistat de către părintele presupus autor al abuzului; d) eliminarea oricăror elemente care pot conduce la identificarea minorului. (2) În cazul minorului cu vârsta de peste 16 ani acuzat de comiterea	Art. 7 (1) În cazul minorului cu vârsta de peste 16 ani acuzat de savarsirea unei infracțiuni, pentru prezentarea acestuia în programele audiovizuale sunt necesare acordul explicit al acestuia, scris sau înregistrat, și asistarea sa de către avocat în situația în care este cercetat penal, reținut sau arestat. (2) În cazul minorului cu vârsta de peste 16 ani care este victimă sau martor la savarsirea unor infracțiuni ori care a fost abuzat fizic, psihic sau sexual, pentru prezentarea acestuia în programele audiovizuale este necesară îndeplinirea următoarelor condiții: a) acordul explicit al acestuia, scris sau înregistrat; b) eliminarea oricăror elemente care pot duce la identificarea minorului, la solicitarea acestuia, a părinților sau a reprezentantului legal. (3) Dispozițiile alin. (1) - (2) se aplică în mod corespunzător și programelor audiovizuale difuzate în cadrul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				unei infracțiuni, sunt necesare acordul explicit al acestuia, scris sau înregistrat, și asistarea sa de către avocat în situația în care este cercetat penal, reținut sau arestat (3) În cazul minorului cu vârsta de peste 16 ani care este victimă sau martor la comiterea unor infracțiuni ori care a fost abuzat fizic, psihic sau sexual, sunt necesare: a) acordul explicit al acestuia, scris sau înregistrat; b) eliminarea oricăror elemente care pot duce la identificarea minorului, la solicitarea acestuia, a părinților sau a reprezentantului legal (4) Dispozițiile alin. (1) - (3) se aplică în mod corespunzător și programelor audiovizuale difuzate în cadrul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	
149	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 8 (1) Minorul, părinții sau reprezentantul legal trebuie să fie informați cu privire la drepturile lor înainte de filmare sau de înregistrare. Orice acord scris între cele două părți trebuie să cuprindă prevederile acelor articole din Legea audiovizualului și din prezenta decizie, care	Art. 8 - (1) Minorul, părinții sau reprezentantul legal trebuie să fie informați cu privire la drepturile lor înainte de filmare sau de înregistrare. Orice acord scris între cele două părți trebuie să cuprindă prevederile acelor articole din Legea audiovizualului și din prezenta decizie, care reglementează protecția minorului, în funcție de vârsta acestuia. (2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				reglementează protecția minorului, în funcție de vârsta acestuia. (2) Participarea minorului în vârstă de până la 14 ani la programe audiovizuale, altele decât evenimentele culturale și competițiile sportive, este posibilă numai cu acceptul acestuia, precum și cu consimțământul scris ori înregistrat al părinților sau, după caz, al reprezentantului legal. (3) Dispozițiile alin. (1) - (2) se aplică în mod corespunzător și programelor audiovizuale difuzate în cadrul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc	corespunzător și programelor audiovizuale difuzate în cadrul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc
150	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 10 (1) Este interzisă, în cadrul programelor de știri, al dezbaterilor sau al reportajelor, difuzarea de imagini ori de fotografii ale corpului minorului decedat (2) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și programelor audiovizuale difuzate în cadrul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc	Art. 10 - (1) Este interzisă, în cadrul programelor de știri, al dezbaterilor sau al reportajelor, difuzarea de imagini ori de fotografii ale corpului minorului decedat. (2) Nu pot fi difuzate reconstituiri de infracțiuni, abuzuri sau evenimente dramatice în care sunt folosiți minori. (3) Furnizorii de servicii media audiovizuale nu pot difuza interviuri și declarații în care minorului îi sunt solicitate păreri referitoare la probleme intime de familie sau care îi depășesc puterea de judecată. (4) Dispozițiile alin. (1) – (3) se aplică în mod corespunzător și programelor

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatore	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatore	Conținut propunere/ sugestie/opinie
					audiovizuale difuzate în cadrul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.
151	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 11 (1) Este interzisă difuzarea de programe al căror scop principal este exploatarea aspectului fizic al minorului sau expunerea acestuia în ipostaze nepotrivite vârstei. (2) După ora 22,00 este interzisă difuzarea în direct de programe audiovizuale la care participă minori în vârstă de până la 14 ani, cu excepția evenimentelor culturale și a competițiilor sportive. (3) Radiodifuzorii sunt obligați să difuzeze la principalul buletin de știri din prime-time, precum și la buletinele de știri difuzate în următoarele 24 de ore imaginile și datele minorilor dispăruți, la solicitarea inspectoratelor de poliție (4) În cadrul sistemului național de alertă/răpire/dispariție a minorului, serviciile de radiodifuziune și televiziune generaliste și de știri sunt obligate să difuzeze, într-un interval de timp de 3 până la 8 ore de la solicitarea autorităților în drept și în condițiile agreeate cu	Art. 11 - (1) Este interzisă difuzarea de programe al căror scop principal este exploatarea aspectului fizic al minorului sau expunerea acestuia în ipostaze nepotrivite vârstei. (2) Radiodifuzorii sunt obligați să difuzeze la principalul buletin de știri din prime-time, precum și la buletinele de știri difuzate în următoarele 24 de ore imaginile și datele minorilor dispăruți, la solicitarea inspectoratelor de poliție (3) În cadrul sistemului național de alertă/răpire/dispariție a minorului, serviciile de radiodifuziune și televiziune generaliste și de știri sunt obligate să difuzeze, într-un interval de timp de 3 până la 8 ore de la solicitarea autorităților în drept și în condițiile agreeate cu acestea, informațiile privind minorii răpiți sau dispăruți (4) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și programelor audiovizuale difuzate în cadrul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatore	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatore	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				acestea, informațiile privind minorii răpiți sau dispăruți (5) Dispozițiile alin. (1) se aplică în mod corespunzător și programelor audiovizuale difuzate în cadrul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc	
152	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 15 (2) Avertizarea prevăzută la alin. (1) se difuzează la începutul programelor și a materialelor video și va avea următorul mesaj: „ <i>Atenție! Acest material video poate afecta dezvoltarea fizică, mentală sau morală a minorilor!</i> ”, însoțit și de motivele care stau la baza atenționării.	(2) Avertizarea prevăzută la alin. (1) se difuzează la începutul programelor și a materialelor video și va avea următorul mesaj: „ <i>Atenție! Acest material video poate afecta dezvoltarea fizică, mentală sau morală a minorilor!</i> ”, însoțit și de motivele care stau la baza atenționării. (3) În cazul programelor și a materialelor video postate pe un site web mesajul prevăzut la alin. (2) poate fi poziționat lângă programul ori materialul video pentru care se face avertizarea respectivă.
153	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 16 (1) Înainte de începerea difuzării unui program din categoria celor prevăzute la art. 12, radiodifuzorii au obligația de a informa publicul cu privire la genul, clasificarea programului și motivul principal de restricționare a vizionării acestuia, potrivit criteriilor prevăzute la art. 21 alin. (2).	Art. 16 - (1) Înainte de începerea difuzării unui program din categoria celor prevăzute la art. 13 , radiodifuzorii au obligația de a informa publicul cu privire la genul, clasificarea programului și motivul principal de restricționare a vizionării acestuia, potrivit criteriilor prevăzute la art. 21 alin. (2).
154	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 17 (1) Este interzisă difuzarea de programe audiovizuale de studio	Art. 17 - (1) Este interzisă difuzarea de programe de știri, de debateri politice și de actualități, realizate în direct sau

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatore	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatore	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				sau realizate în direct în care se fumează sau se consumă băuturi alcoolice.	înregistrate , în care se fumează sau se consumă băuturi alcoolice.
155	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 19 (3) În intervalul orar 6,00 - 23,00 nu pot fi difuzate programe, altele decât producțiile audiovizuale de ficțiune și filmele documentare, care conțin imagini și/sau sunete care prezintă acte de cruzime la adresa animalelor.	(3) În intervalul orar 6,00 - 23,00 nu pot fi difuzate programe, altele decât producțiile audiovizuale de ficțiune, filmele documentare și emisiunile prevăzute la art. 32 alin. (4) , care conțin imagini și/sau sunete care prezintă acte de cruzime la adresa animalelor.
156	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 31 Difuzarea anunțurilor promoționale pentru programele AP, 12, 15 și 18 se va face cu semnul de avertizare corespunzător.	Art. 31 – (1) Difuzarea anunțurilor promoționale pentru programele AP, 12, 15 și 18 se va face cu semnul de avertizare corespunzător. (2) Anunțurile promoționale pentru programele 12, 15 și 18 pot fi difuzate în afara intervalelor orare specifice categoriei doar în cazul în care nu conțin imaginile pentru care a fost restricționat programul promovat prin anunțul respectiv.
157	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 32 (4) În emisiunile de știri și dezbateri, tratarea subiectelor despre acte de cruzime la adresa animalelor va fi însoțită de avertizarea verbală: „Aceste fapte se pedepsesc conform Legii nr. 205/2004 privind protecția animalelor, republicată, cu modificările și completările ulterioare, acestea putând fi reclamate la numărul de urgență	(4) În emisiunile de știri și dezbateri, tratarea subiectelor despre acte de cruzime la adresa animalelor va fi însoțită de avertizarea scrisă sau verbală: „Cruzimea la adresa animalelor se pedepsește conform legii” și de afișarea numărului de urgență 112 pe parcursul avertizării.

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatore	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatore	Conținut propunere/ sugestie/opinie
158	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		112”. Art. 44 (1) În virtutea dreptului la propria imagine, în cazul în care în programele audiovizuale se aduc acuzații unei persoane privind fapte sau comportamente ilegale ori imorale, acestea trebuie susținute cu dovezi, iar persoanele acuzate trebuie contactate într-un timp rezonabil înainte de emisiune, informate cu privire la tema emisiunii/subiect și invitate să intervină pentru a-și exprima punctul de vedere. În situația în care persoana vizată refuză să prezinte un punct de vedere sau nu a putut fi contactată prin încercări repetate, trebuie precizat acest fapt.	Art. 44 - (1) În virtutea dreptului la propria imagine, în cazul în care în programele audiovizuale se aduc acuzații unei persoane privind fapte sau comportamente ilegale ori imorale, acestea trebuie susținute cu dovezi, iar persoanele acuzate trebuie contactate și invitate să intervină pentru a-și exprima punctul de vedere. În situația în care persoana vizată refuză să prezinte un punct de vedere sau nu a putut fi contactată prin încercări repetate, trebuie precizat acest fapt.
159	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 54 (1) Radiodifuzorii se asigură că serviciile de programe sunt accesibile persoanelor cu deficiențe de văz sau de auz, vizând persoanele cu dizabilități menționate la art. 41 ¹ din Legea audiovizualului, astfel: a) în anul 2025, cel puțin ...% din timpul de difuzare care trebuie să includă programe accesibile persoanelor cu dizabilități; b) în anul 2026, cel puțin ...% din	Propune renunțarea la stabilirea unor procente minime pentru fiecare an în parte și menținerea reglementării Codului în litera și în spiritul dispozițiilor Legii nr. 504/2002 (art. 41 ¹ -42 ¹) și ale Directivei 2010/13/UE – DSMAV (art. 7, așa cum a fost modificat prin Directiva 2018/1808/UE), care nu prevăd și nu impun stabilirea atingerii unor procente minime, ci doar obligăția ca furnizorii să asigure treptat și continuu accesul persoanelor cu dizabilități la serviciile mass-media, prin intermediul unor măsuri efective (Legea 504/2002)/ proporționale (DSMAV).

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				timpul de difuzare care trebuie să includă programe accesibile persoanelor cu dizabilități; c) în anul 2027, cel puțin ...% din timpul de difuzare care trebuie să includă programe accesibile persoanelor cu dizabilități; d) începând cu anul 2028, cel puțin ...% din timpul de difuzare care trebuie să includă programe accesibile persoanelor cu dizabilități. (2) Dispozițiile alin. (1) nu se aplică în cazul spoturilor publicitare și de teleshopping.	În acest sens, norma din Cod ar trebui să prevadă doar faptul că furnizorii au obligația să facă dovada existenței unui progres de la un an la altul în privința asigurării accesului persoanelor cu dizabilități, dovadă care poate fi făcută prin <u>raportul anual</u> reglementat la art. 56 din Proiect. De asemenea, ar fi necesară includerea unei prevederi care să stabilească că programele subtitrate intră în calculul timpului de difuzare pentru care s-a asigurat accesul persoanelor cu dizabilități.
160	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 55 (1) Furnizorii de servicii media audiovizuale la cerere se asigură că programele sunt accesibile persoanelor cu deficiențe de vedere sau de auz, vizând persoanele cu dizabilități menționate la articolul 41¹ din Legea audiovizualului, astfel: a) în anul 2025, cel puțin ...% din programele audiovizuale disponibile în catalog; în anul 2026, cel puțin ...% din programele audiovizuale disponibile în catalog, c) în anul 2027, cel puțin ...% din programele audiovizuale	Aceeași propunere ca la punctul anterior.

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				disponibile în catalog; d) începând cu anul 2028, cel puțin ...% din programele audiovizuale disponibile în catalog; (2) Dispozițiile alin. (1) nu se aplică în cazul spoturilor publicitare și de teleshopping.	
161	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 56 (2) Raportul include: a) denumirea și datele de identificare a furnizorului de servicii media audiovizuale, potrivit art. 48 din Legea audiovizualului, și modalitatea de furnizare a serviciului media audiovizual; b) o descriere a tipurilor de garanții tehnice sau a altor mijloace adecvate folosite de furnizorul de servicii media audiovizuale pentru a proteja minorii de vizionarea programelor; c) în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, o descriere a metodelor folosite de furnizor pentru promovarea operelor europene, inclusiv a celor produse în limba română, precum și a ponderii programelor audiovizuale disponibile în catalog în ceea ce privește numărul și durata	

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				acestora; d) informații privind ponderea grilei sau a catalogului, după caz, corespunzătoare programelor difuzate într-un mod accesibil pentru persoanele cu dizabilități și ponderea fiecărui tip de modalitatea folosită; e) modalitățile de realizare a accesibilității serviciilor media audiovizuale pentru persoanele cu dizabilități și ponderea timpului total de transmisie corespunzătoare fiecărui tip de prestație, în funcție de timpul de difuzare, natura și tipul programului, ținând cont de nevoile persoanelor cu deficiențe de văz sau de auz; capacitatea radiodifuzorilor în acest sens și evoluția tehnicilor de comunicare și a serviciilor de programe pentru persoanele cu dizabilități, ținând cont de numărul de locuitori pe care îl acoperă programele respective.	d) informații privind ponderea grilei sau a catalogului, după caz, corespunzătoare programelor difuzate într-un mod accesibil pentru persoanele cu dizabilități;
162	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 64 (1) Persoana care se consideră lezată de prezentarea în cadrul unui program audiovizual sau material video a unor fapte neadevărate sau informații eronate, denumită în continuare solicitant,	

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				poate cere, după caz: a) radiodifuzorului, în termen de cel mult 15 zile de la data difuzării acestuia, revizionarea sau reaudierea programului în cauză; b) furnizorului de servicii media audiovizuale la cerere, în termen de cel mult 15 zile de la data accesării sau vizionării programului audiovizual sau a materialului video.	b) furnizorului de servicii media audiovizuale la cerere, în termen de cel mult 15 zile de la data accesării sau vizionării programului audiovizual sau a materialului video, revizionarea sau reaudierea acestuia.
163	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 64 (2) Furnizorul de servicii media audiovizuale are obligația de a asigura accesul la revizionarea ori la reaudierea programului audiovizual sau a materialului video în termen de 24 de ore de la data primirii unei solicitări scrise, fie direct, la sediul furnizorului, fie indirect, prin înmânarea unei copii video sau audio, după caz.	(2) Furnizorul de servicii media audiovizuale are obligația de a asigura accesul la revizionarea ori la reaudierea programului audiovizual sau a materialului video în termen de 2 zile lucrătoare de la data primirii unei solicitări scrise, fie direct, la sediul furnizorului, fie indirect, prin furnizarea unei copii video sau audio, după caz.
164	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 65 (1) În termen de cel mult 15 zile de la data difuzării emisiunii, respectiv din prima zi de la data accesării sau vizionării programului audiovizual sau a materialului video în care s-a	Art. 65 - (1) În termenul prevăzut la art. 64 alin. (1) lit. a) sau după caz, în termenul prevăzut la art. 64 alin. (1) lit. b), solicitantul unui drept la replică sau la rectificare va transmite în scris, la sediul furnizorului de servicii media audiovizuale sau, după caz, la adresa de poștă electronică

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				produs lezarea, solicitantul unui drept la replică sau la rectificare va transmite în scris, la sediul furnizorului de servicii media audiovizuale sau, după caz, la adresa de poștă electronică a acestuia, o cerere care va conține, după caz, următoarele: a) numele și adresa acestuia, numărul de telefon sau coordonatele oricărui alt mijloc care să facă posibilă contactarea sa rapidă și eficientă; b) denumirea programului audiovizual ori a materialului video și data difuzării sau, după caz, a accesării ori a vizionării acestuia; c) faptele neadevărate pentru care se solicită dreptul la replică sau informațiile eronate pentru care se solicită rectificarea; d) motivarea cererii; e) textul replicii, care trebuie să se refere numai la faptele neadevărate contestate.	a acestuia, o cerere care va conține, după caz, următoarele: a) numele și adresa acestuia, numărul de telefon, precum și adresa de poștă electronică sau coordonatele oricărui alt mijloc care să facă posibilă contactarea sa rapidă și eficientă; e) textul replicii, care trebuie să fie concis, referindu-se numai la faptele neadevărate contestate, fără comentarii sau considerente colaterale ori fără legatură cu faptele respective.
165	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 66 (1) Cererea de drept la replică sau	Art. 66 - (1) Cererea de drept la replică sau la rectificare va fi înregistrată de furnizorul

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				la rectificare va fi înregistrată de furnizorul de servicii media audiovizuale, cu precizarea datei și orei primirii, iar solicitantului i se va înmâna o dovadă scrisă în acest sens.	de servicii media audiovizuale, cu precizarea datei și orei primirii, iar solicitantului i se va înmâna o dovadă scrisă în acest sens, dacă acesta se prezintă personal ori i se va confirma primirea cererii la adresa de poștă electronică menționată în cerere.
166	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 68 (1) În termen de două zile de la primirea cererii, furnizorul de servicii media audiovizuale este obligat să comunice, în scris, solicitantului fie ziua și ora difuzării dreptului la replică sau a rectificării, fie motivul refuzului	Art. 68 - (1) În termen de două zile lucrătoare de la primirea cererii, furnizorul de servicii media audiovizuale este obligat să comunice, în scris, solicitantului fie ziua și ora difuzării dreptului la replică sau a rectificării, fie motivul refuzului.
167	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 68 (2) În termen de două zile de la primirea cererii, furnizorul de servicii media audiovizuale la cerere este obligat să comunice, în scris, solicitantului fie link-ul de acces către difuzarea dreptului la replică sau a rectificării, încărcat lângă programul care a produs lezarea, fie motivul refuzului.	(2) În termen de două zile lucrătoare de la primirea cererii, furnizorul de servicii media audiovizuale la cerere este obligat să comunice, în scris, solicitantului fie link-ul de acces către difuzarea dreptului la replică sau a rectificării, încărcat lângă programul care a produs lezarea, fie motivul refuzului.
168	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 77 (2) Înregistrările programelor/emisiunilor vor fi păstrate timp de 90 de zile după data difuzării	(2) Înregistrările programelor/emisiunilor vor fi păstrate timp de 30 de zile după data difuzării, iar în cazul în care s-au primit solicitări privind acordarea dreptului la replică sau la rectificare, înregistrările vor fi păstrate timp de 45 de zile după data difuzării.
169	15.04.2025,	Anonim		Art. 77	(2) În situația în care înregistrările

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
	ora 17:59			(2) În situația în care înregistrările programelor de televiziune și/sau de radio sunt necesare pentru soluționarea unei solicitări a dreptului la replică sau rectificare, termenul de transmitere este de maximum 48 de ore de la data primirii de către radiodifuzor a solicitării din partea Consiliului.	programelor de televiziune și/sau de radio sunt necesare pentru soluționarea unei solicitări a dreptului la replică sau rectificare, termenul de transmitere este de maximum 2 zile lucrătoare de la data primirii de către radiodifuzor a solicitării din partea Consiliului.
170	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 80 Furnizorul de servicii media audiovizuale la cerere trebuie să păstreze o copie a fiecărui program inclus în serviciul media audiovizual la cerere cel puțin 90 de zile de la data la care programul încetează să fie disponibil în catalogul de programe.	Art. 80 - Furnizorul de servicii media audiovizuale la cerere trebuie să păstreze o copie a fiecărui program inclus în serviciul media audiovizual la cerere cel puțin 30 de zile de la data la care programul încetează să fie disponibil în catalogul de programe, iar în cazul în care s-au primit solicitări privind acordarea dreptului la replică sau la rectificare, termenul de păstrare va fi de 45 de zile.
171	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 81 (1) Furnizorii de servicii media audiovizuale la cerere sunt obligați să pună la dispoziția Consiliului, la cerere, în maximum 3 zile de la solicitare, copia programului într-un format standard care să permită vizualizarea programului așa cum acesta a fost pus la dispoziție publică pentru vizualizare	Art. 81 - (1) Furnizorii de servicii media audiovizuale la cerere sunt obligați să pună la dispoziția Consiliului, la cerere, în maximum 5 zile de la solicitare, copia programului într-un format standard care să permită vizualizarea programului așa cum acesta a fost pus la dispoziție publică pentru vizualizare
172	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 81 (2) Copia programului, solicitat potrivit dispozițiilor alin. (1), se	Propune reformularea art. 81 alin. (2), prin preluarea în cadrul acestui alineat a dispozițiilor prevăzute pentru radiodifuzori, respectiv cele de

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				depune la Consiliu, personal sau de către un reprezentant al solicitantului, sub luare de semnătură, ori se transmite prin e-mail ca înscris în formă electronică căruia i s-a încorporat, atașat sau i s-a asociat logic o semnătură electronică extinsă, bazată pe un certificat calificat nesuspendat sau nerevocat la momentul respectiv și generată cu ajutorul unui dispozitiv securizat de creare a semnăturii electronice.	la art. 78 din Proiect.
173	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 82 (2) Furnizorul de servicii media audiovizuale la cerere are obligația de a redacta și prezenta informațiile prevăzute la alin. (1) într-o manieră care să le permită utilizatorilor parcurgerea cu ușurință a acestora. Condițiile sau termenele care afectează anumite oferte vor fi prezentate în același format și cu aceleași caractere grafice folosite pentru redactarea ofertelor.	(2) Furnizorul de servicii media audiovizuale la cerere are obligația de a redacta și prezenta informațiile prevăzute la alin. (1) într-o manieră care să le permită utilizatorilor parcurgerea cu ușurință a acestora.
174	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 84 În emisiunile de știri și dezbateri, furnizorii de servicii media audiovizuale trebuie să respecte următoarele reguli: a) rigoare și acuratețe în redactarea și prezentarea știrilor; b) între subiectul tratat și	

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				imaginile ce însoțesc comentariul să existe o conexiune reală; c) titlul afișat pe ecran să reflecte cât mai fidel esența faptelor și datelor prezentate în acel moment; d) în cazul difuzării unor reconstituiri să se menționeze în mod clar acest lucru; e) în cazul prezentării de înregistrări provenind din surse externe redacției, să se precizeze acest lucru pe tot parcursul înregistrării; dacă imaginile provin de un alt post de televiziune, trebuie precizat acest lucru înainte de difuzarea lor, iar sigla postului de la care au fost preluate trebuie să fie vizibilă pe tot parcursul difuzării; f) în enunțarea unor ipoteze sau a unor relații de cauzalitate privind producerea unor eventuale catastrofe sau a altor evenimente cu impact major și/sau care riscă să producă panică, să se solicite și punctul de vedere al autorității publice abilitate, precum și al unui specialist în domeniul relevant; g) în cazul relatării și a dezbaterii cazurilor de suicid să se evite: dezvăluirea identității persoanei care a decedat prin suicid, cu excepția situației în care există	f) în enunțarea unor ipoteze sau a unor relații de cauzalitate privind producerea unor eventuale catastrofe sau a altor evenimente cu impact major și/sau care riscă să producă panică, să se solicite și punctul de vedere al

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				acordul familiei sau când prevalează un interes public justificat; prezentarea în detaliu a manierei în care s-a produs suicidul; h) pentru prezentarea unui caz de sinucidere: să se furnizeze informații echilibrate despre comportamentul suicidal; să se furnizeze informații și să se menționeze datele de contact ale instituțiilor care pot oferi ajutor specializat la intervenție și prevenție în suicid.	autorității publice abilitate;
175	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 88 În programele de știri și de dezbatere, furnizorii de servicii media audiovizuale trebuie să asigure diversitatea și echilibrul punctelor de vedere, ținând cont de temele aflate în dezbatere și o	Art. 88 - În programele de știri și de dezbatere politică , furnizorii de servicii media audiovizuale trebuie să asigure diversitatea și echilibrul punctelor de vedere, ținând cont de temele aflate în dezbatere și o prezentare echilibrată a reprezentanților puterii și opoziției.

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatore	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatore	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				prezentare echilibrată a reprezentanților puterii și opoziției.	
176	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 98 (3) Orice transmisiune sportivă înregistrată va fi însoțită permanent de mențiunea „Înregistrare”.	Propune eliminarea acestui alineat.
177	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 98 (4) La difuzarea în reluare a programelor se va face mențiunea „Reluare” pe întreaga durată a difuzării acestora, cu excepția operelor cinematografice.	Propune eliminarea acestui alineat.
178	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 100 Radiodifuzorii au obligația de a respecta programul anunțat; fac excepție situațiile de forță majoră	Art. 100 - Radiodifuzorii au obligația de a respecta programul anunțat; fac excepție situațiile de forță majoră și situații obiective care determină modificări în program, cum ar fi apariția unor evenimente de tip breaking news.
179	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 101 În cazul transmisiei unei competiții sportive, cu excepția competițiilor UEFA și FIFA, furnizorii de servicii media audiovizuale au obligația de a afișa permanent competitorii, scorul și minutul.	Art. 101 – (1) În cazul transmisiei unei competiții sportive interne , furnizorii de servicii media audiovizuale au obligația de a afișa permanent competitorii, scorul și minutul, dacă și în măsura în care natura competiției, numărul de competitori sau alte elemente specifice ale competiției presupun asemenea informații sau permit această afișare fără a afecta integritatea și calitatea transmisiei. (2) În cazul transmisiei unei competiții sportive externe, obligația prevăzută la alin. (1) va fi îndeplinită în aceleași condiții, cu excepția situației în care

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatore	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatore	Conținut propunere/ sugestie/opinie
					grafica transmisiei este furnizată de către organizator sau de către deținătorul drepturilor, după caz.
180	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 105 Radiodifuzorii aflați în jurisdicția României au obligația de a asigura în cadrul fiecărui serviciu de programe de televiziune îndeplinirea următoarelor cerințe: a) să rezerve operelor europene, astfel cum sunt definite la art. 1 ¹ din Legea audiovizualului, minimum 50% din timpul de difuzare, cu excepția timpului consacrat informațiilor, manifestărilor sportive, jocurilor, publicității, precum și serviciilor de teletext și teleshopping;	Art. 105 - Radiodifuzorii aflați în jurisdicția României au obligația de a asigura în cadrul fiecărui serviciu de programe de televiziune îndeplinirea următoarelor cerințe: a) să rezerve operelor europene, astfel cum sunt definite la art. 1 ¹ din Legea audiovizualului, minimum 50% din timpul de difuzare, cu excepția timpului consacrat informațiilor, manifestărilor sportive, jocurilor, publicității, precum și serviciilor de teletext și teleshopping; dispozițiile art. 22 alin. (2) din Legea audiovizualului nr. 504/2002 rămân pe deplin aplicabile;
181	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 106 - Sunt exceptate de la prevederile art. 105 lit. a) și b) serviciile de programe de televiziune care îndeplinesc simultan următoarele condiții: a) au o audiență potențială de până la 0,3% din populația recenzată a țării; b) conținutul serviciului de programe este exclusiv de interes local.	Propune următoarele variante: - înlocuirea termenului „simultan” cu formularea „una din”; sau - păstrarea textului din actualul Cod (cerința audienței potențiale de până la 3%)
182	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 108 (3) În sensul dispozițiilor art. 23 alin. (3) din Legea audiovizualului, potrivit cărora obligația de raportare nu se aplică furnizorilor	(3) În sensul dispozițiilor art. 23 alin. (3) din Legea audiovizualului, potrivit cărora obligația de raportare nu se aplică furnizorilor de servicii media audiovizuale la cerere cu un nivel de audiență mai mic de

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatore	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatore	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				de servicii media audiovizuale la cerere cu un nivel de audiență mai mic de 1%, audiența ar trebui să fie determinată în funcție de ponderea de utilizatori activi atinsă de un anumit serviciu media audiovizual la cerere	1%, audiența unui serviciu media audiovizual la cerere ar trebui să fie determinată prin raportarea numărului de abonați sau după caz, de vizitatori unici ai serviciului respectiv la numărul de abonați la nivel național la serviciile de transmisie de date care asigură accesul la internet în bandă largă.
183	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 110 (3) În intervalul orar 06.00 – 23.00 sunt interzise programele audiovizuale care conțin jocuri de noroc, precum și spoturile publicitare care promovează astfel de jocuri, cu excepția spoturilor publicitare referitoare la pariuri care pot fi difuzate și în timpul transmisiunilor sportive în direct	(3) În intervalul orar 06.00 – 23.00 sunt interzise programele audiovizuale care conțin jocuri de noroc, precum și spoturile publicitare care promovează astfel de jocuri, cu excepția spoturilor publicitare referitoare la pariuri care pot fi difuzate și în timpul transmisiunilor sportive în direct, precum și cu excepția programelor de ficțiune sau a documentarelor care conțin secvențe privind jocurile de noroc, în măsura în care respectă celelalte condiții privind difuzarea în acest interval orar.
184	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 110 (4) În cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc, programele audiovizuale care conțin jocuri de noroc, precum și spoturile publicitare care promovează astfel de jocuri, trebuie să se difuzeze cu respectarea protecției minorilor.	Propune reformularea și completarea acestui alineat , în sensul de <i>a se preciza care anume cerinte ar trebui respectate pentru protectia minorilor</i> , având în vedere specificul mediului de difuzare (online).
185	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 115 - În vederea informării publicului, programele și/sau materialele video încărcate și/sau generate în canalul propriu de furnizorul de servicii media	

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				audiovizuale la cerere, care conțin publicitate vor fi însoțite de: a) mențiunea scrisă „<i>Acest program conține publicitate</i>”, afișată la începutul difuzării conținutului audiovizual, pentru o durată de maximum 5 secunde; b) precizarea că programul și/sau materialul video respectiv conține publicitate, menționată în descrierea conținutului audiovizual încărcat și/sau generat în canalul propriu, după caz	a) mențiunea scrisă „<i>Acest program conține publicitate</i>”, afișată la începutul difuzării conținutului audiovizual, pentru o durată de maximum 5 secunde, în cazul în care programul nu include în conținutul său simbolurile „P” sau „PP”, după caz; b) precizarea că programul și/sau materialul video respectiv conține publicitate, menționată în descrierea conținutului audiovizual încărcat și/sau generat în canalul propriu, după caz, dacă există o asemenea descriere pentru programul și/sau materialul video în cauză.
186	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 116 (3) Comunicările comerciale audiovizuale referitoare la ofertele instituțiilor financiare nebancare trebuie să conțină, indiferent de modalitatea de difuzare, avertizarea sonoră și scrisă: „<i>Citiți cu atenție prevederile contractuale. Acest tip de împrumut prezintă un grad ridicat de risc financiar și de executare a bunurilor.</i>” (4) Avertizarea menționată la alin. (3) se va difuza pe copertă neutră la finalul fiecărui spot publicitar, sonor și vizual, cu respectarea	(3) Comunicările comerciale audiovizuale referitoare la ofertele instituțiilor financiare nebancare trebuie să conțină, indiferent de modalitatea de difuzare, avertizarea sonoră și scrisă: „<i>Citiți cu atenție prevederile contractuale. Acest tip de împrumut prezintă un grad ridicat de risc financiar și de executare a bunurilor.</i>”, care va fi inclusă în conținutul fiecărui spot publicitar, la finalul acestuia, pe un fundal neutru, în condiții care să asigure o percepție clară a mesajului, cu respectarea prevederilor alin. (1). (4) Pe posturile de radiodifuziune avertizarea prevăzută la alin. (3) va fi inclusă doar

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatore	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatore	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				prevederilor alin. (1) în condiții care să asigure o percepție clară a mesajului, printr-o pronunțare normală, neaccelerată. Pe posturile de radiodifuziune avertizarea va fi prezentată doar sonor.	sonor în finalul spotului, cu respectarea prevederilor alin. (1) lit. b).
187	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 118	(1 ¹) Prevederile alin. (1) nu se aplică produselor sau dispozitivelor medicale cu rol de prevenire a bolilor cu transmitere sexuală și de control al concepției reglementate prin legislația specifică.
188	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 120 - În vederea informării publicului, programele și/sau materialele video încărcate și/sau generate în canalul propriu de furnizorul de servicii media audiovizuale la cerere, care conțin sponsorizare vor fi însoțite de: a) mențiunea scrisă „ <i>Acest program conține sponsorizare</i> ”, afișată la începutul, în cuprinsul și/sau la sfârșitul difuzării conținutului audiovizual, pentru o durată de maximum 5 secunde; b) precizarea că programul și/sau materialul video respectiv conține sponsorizare, menționată în descrierea conținutului audiovizual încărcat și/sau generat în canalul propriu, după caz.	Aceleași propuneri și comentarii cu cele de la pct. 184 (art. 115).
189	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 121 - (1) Nu pot fi sponsorizate programele de știri și programele de actualități politice.	Art. 121 - (1) Nu pot fi sponsorizate programele jurnalelor de știri și programele de actualități politice.
190	15.04.2025,	Anonim		Art. 124 - În vederea informării	Aceleași propuneri și comentarii cu cele de la

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
	ora 17:59			publicului, programele și/sau materialele video încărcate și/sau generate în canalul propriu de furnizorul de servicii media audiovizuale la cerere, care conțin plasare de produse vor fi însoțite de: a) mențiunea scrisă „ <i>Acest program conține plasare de produse</i> ”, afișată la începutul, în cuprinsul și la sfârșitul difuzării conținutului audiovizual, pentru o durată de maximum 5 secunde; b) precizarea că programul și/sau materialul video respectiv conține plasare de produse, menționată în descrierea conținutului audiovizual încărcat și/sau generat în canalul propriu, după caz.	pct. 184 (art. 115).
191	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 128 - (1) Este interzisă difuzarea de emisiuni, altele decât teleshoppingul, în care sunt promovate bunuri sau servicii individualizate care pot fi identificate de public prin marcă, producător ori prin modalități de comercializare.	Art. 128 - (1) Este interzisă difuzarea de emisiuni, în alte cazuri decât telepromovarea și teleshoppingul, în care sunt promovate bunuri sau servicii individualizate care pot fi identificate de public prin marcă, producător ori prin modalități de comercializare.
192	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 131 (3) Pentru asigurarea condițiilor de identificare și separare, precizate la alin. (1), spoturile publicitare și de teleshopping se difuzează cu respectarea următoarelor reguli:	

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				a) calupurile publicitare trebuie separate clar, sonor și vizual, de programele audiovizuale, prin coperte neutre, cu mențiunea „Publicitate”; b) telepromovarea trebuie semnalată clar, sonor și vizual, și însoțită pe întreaga durată de difuzare de mențiunea „Publicitate”, afișată lizibil, cu o dimensiune de minimum 30 de puncte în format SD, definiție standard, respectiv 60 în format HD, înaltă definiție, și pe o durată de minimum 5 secunde; c) mențiunea scrisă prevăzută la lit. b) va fi eliminată după o perioadă de 6 luni de la data intrării în vigoare a prezentei decizii și va fi înlocuită cu simbolul „P”, afișat în aceleași condiții de lizibilitate; d) se interzice difuzarea de publicitate și de teleshopping în care apar prezentatori ai emisiunilor de știri.	b) telepromovarea trebuie semnalată clar, sonor și vizual, și însoțită pe întreaga durată de difuzare de simbolul „P”, afișat lizibil, cu o dimensiune de minimum 30 de puncte în format SD, definiție standard, respectiv 60 în format HD, înaltă definiție, și pe o durată de minimum 5 secunde Lit. c) ar trebui eliminată, pentru că nu se mai justifică menținerea acestei prevederi, existente și în actualul Cod.
193	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 132 - În calitate de utilizatori, furnizorii de servicii media audiovizuale la cerere ale căror programe sau materiale video conțin comunicări comerciale audiovizuale promovate, comercializate sau organizate de către furnizorul de platformă de	Propune revizuirea/explicitarea acestui articol.

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				partajare a materialelor video, vor informa publicul cu privire la acest lucru.	
194	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 133 În calitate de utilizatori, furnizorii de servicii media audiovizuale la cerere ale căror programe sau materiale video conțin comunicări comerciale audiovizuale promovate, comercializate sau organizate de către furnizorul de platformă de partajare a materialelor video, vor informa publicul cu privire la acest lucru.	Eliminarea acestui articol – este identic cu art. 132.
195	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 134 În vederea informării publicului, programele și/sau materialele video încărcate și/sau generate în canalul propriu de furnizorul de servicii media audiovizuale la cerere, care conțin publicitate vor fi însoțite de: a) mențiunea scrisă „ <i>Acest program conține publicitate</i> ”, afișată la începutul difuzării conținutului audiovizual, pentru o durată de maximum 5 secunde; b) precizarea că programul și/sau materialul video respectiv conține publicitate, menționată în descrierea conținutului audiovizual încărcat și/sau generat în canalul propriu, după caz.	Propune eliminarea acestui articol, deoarece nu face altceva decât să <u>dubleze</u> dispozițiile art. 115
196	15.04.2025,	Anonim		Art. 135	Art. 135 - (1) Publicitatea pe ecran partajat

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
	ora 17:59			(1) Publicitatea pe ecran partajat se difuzează cu respectarea următoarelor condiții cumulative: a) să fie clar separată de conținutul editorial printr-o divizare a suprafeței ecranului, obținută prin afișarea spoturilor publicitare într-o fereastră publicitară distinctă de fereastră editorială; pentru a nu altera programul principal nu trebuie modificat raportul de aspect al imaginii acestuia, iar suprafața ferestrei publicitare nu trebuie să depășească 25% din suprafața ferestrei editoriale; b) să fie ușor de identificat prin afișarea mențiunii „Publicitate”, pe toată durata difuzării acesteia.	se difuzează cu respectarea următoarelor condiții cumulative: a) să fie clar separată de conținutul editorial printr-o divizare a suprafeței ecranului, obținută prin afișarea spoturilor publicitare într-o fereastră publicitară distinctă de fereastră editorială; pentru a nu altera programul principal nu trebuie modificat raportul de aspect al imaginii acestuia, iar suprafața ferestrei publicitare nu trebuie să depășească suprafața ferestrei editoriale; b) să fie ușor de identificat prin afișarea mențiunii „Publicitate”, pe toată durata difuzării acesteia.
197	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 135 (3) Este interzisă difuzarea publicității pe ecran partajat în următoarele categorii de programe audiovizuale: a) programe destinate minorilor; b) programe de știri, precum și de dezbateri politice.	(3) Este interzisă difuzarea publicității pe ecran partajat în următoarele categorii de programe audiovizuale: a) programe destinate minorilor; b) programe de știri, precum si în programele de dezbateri politice care se difuzează în timpul campaniilor electorale.
198	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 137 (1) Furnizorii de servicii media audiovizuale pot difuza în timpul transmisiei unei competiții sportive inserturi grafice, cu respectarea următoarelor condiții cumulative:	Pentru lit. a) în principal propun eliminarea acesteia, iar în subsidiar propun următoarea formulare:

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				a) insertul grafic se difuzează numai în momentul în care se înlocuiește un jucător sau când se modifică scorul; b) durata unui insert să nu depășească 10 secunde, iar durata totală de difuzare pe întreaga transmisie să nu depășească două minute; c) insertul grafic să fie plasat deasupra sau sub zona de difuzare a informației prevăzute la lit. a) și să nu depășească dimensiunile acesteia	a) insertul grafic se difuzează numai împreună cu grafica transmisiei preluate de la organizator ori de la deținătorul drepturilor și/sau numai în momentele de întrerupere naturală a competiției, cum ar fi înlocuiri sau accidentări ale competitorilor, time-out-uri, modificări de scor, pauze de hidratare; Pentru lit. c) propune eliminarea, cu preluarea condiției de a nu se depăși dimensiunile graficii transmisiei în cadrul alin. (2), care este destinat reglementării condițiilor de plasare a insertului.
199	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 137 (2) Dimensiunea casetei grafice a insertului grafic, gradul acesteia de transparență și zona în care aceasta se plasează pe ecran se vor alege astfel încât să nu se aducă atingere integrității sau valorii competiției sportive în care este plasată.	(2) Dimensiunea casetei grafice a insertului grafic, gradul acesteia de transparență și zona în care aceasta se plasează pe ecran se vor alege astfel încât să nu depășească dimensiunile graficii transmisiei și să nu se aducă atingere integrității sau valorii competiției sportive în care este plasată.
200	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 139 Radiodifuzorii pot difuza în timpul transmisiunilor sportive minispoturi de publicitate, cu respectarea cumulativă a următoarelor condiții: a) durata minispotului să nu depășească 10 secunde; b) să fie maximum două minispoturi pe repriză;	b) să fie maximum două minispoturi pe o

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatore	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatore	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				c) să fie inserate în momentele de întrerupere naturală a jocului; d) să fie însoțite pe toată durata difuzării de un marcaj cât mai vizibil, constând în majuscula „P” încadrată într-un cerc cu suprafața transparentă, cu dimensiunea de minimum 30 de puncte în format SD, definiție standard, respectiv 60 în format HD, înaltă definiție, amplasat în partea din dreapta jos a ecranului.	durată programată de 45 de minute; c) să fie inserate în momentele de întrerupere naturală a competiției, cum ar fi înlocuiri sau accidentări ale competitorilor, time-out-uri, modificări de scor, pauze de hidratare.
201	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 140 (1) În mod excepțional, în cadrul serviciilor de programe de televiziune se poate difuza, în intervalul orar 20,00 - 6,00, în alte situații decât cele precizate la art. 138, un spot publicitar izolat, cu respectarea regulilor de inserare a publicității	Art. 140 - (1) În mod excepțional, în cadrul serviciilor de programe de televiziune pot fi difuzate , în intervalul orar 18,00 - 6,00 , în alte situații decât cele precizate la art. 138, două spoturi publicitare izolate , cu respectarea regulilor de inserare a publicității.
202	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 150 (6) Calupurile publicitare în care se promovează alcool și/sau suplimente alimentare se vor încheia, după caz, cu mesajele de conștientizare prevăzute la alin. (1) lit. și/sau”	(6) Spoturile publicitare în care se promovează alcool și/sau suplimente alimentare vor include în conținutul lor, la finalul acestora, pe fundal neutru , mesajele de conștientizare prevăzute la alin. (1) lit. și/sau”
203	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 152 (2) Pot fi difuzate numai materialele publicitare avizate de Agenția Națională a Medicamentului și a Dispozitivelor Medicale, în	(2) Pot fi difuzate numai materialele publicitare avizate de Agenția Națională a Medicamentului și a Dispozitivelor Medicale, în cazul în care acest aviz este necesar în conformitate cu dispozițiile cuprinse în cap. VIII „Publicitatea” și cap.

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				conformitate cu dispozițiile cuprinse în cap. VIII „Publicitatea” și cap. I „Informarea publicului” din titlul XVIII „Medicamentul” al Legii nr. 95/2006 privind reforma în domeniul sănătății, republicată, cu modificările și completările ulterioare.	I „Informarea publicului” din titlul XVIII „Medicamentul” al Legii nr. 95/2006 privind reforma în domeniul sănătății, republicată, cu modificările și completările ulterioare.
204	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 169 (1) Publicitatea, pozitivă sau negativă, în legătură cu partide politice, oameni politici, mesaje politice este interzisă, cu excepția perioadelor de campanie electorală.	Propune eliminarea acestei interdicții, întrucât nu este prevăzută nici în Legea audiovizualului și nici în Regulamentul (UE) nr. 900/2024
205	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 169 (2) Publicitatea politică înseamnă promovarea, publicarea, distribuirea sau difuzarea, prin rețele de comunicații electronice, a unui mesaj, în mod normal în schimbul unei remunerații sau prin activități interne sau ca parte a unei campanii de publicitate politică.	Propune eliminarea acestui alineat, pentru că formularea este neclară, iar pe de altă parte publicitatea politică este definită atât la nivel european, cât și la nivel național, astfel încât nu este necesară definirea acestei noțiuni și prin Codul Audiovizualului.
206	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 172 Mesajele noncomerciale nu se includ în calculul duratei legale alocate publicității și trebuie să respecte următoarele condiții cumulative: a) difuzarea mesajelor să fie gratuită, fără obligație de	Propune eliminarea lit. a).

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				contrapartidă directă sau indirectă; mesajele să fie grupate și separate de alte mesaje publicitare și identificate între coperte cu mențiunea „Mesaj/mesaje de interes public”; mesajele să nu conțină nicio referire de natură comercială; siglele sponsorilor pot fi prezentate numai în apeluri caritabile la sfârșitul spotului și nu trebuie să depășească durata cumulată de 3 secunde.	
207	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 175 (2) Furnizorii de servicii media audiovizuale la cerere trebuie să afișeze textul somației sau al sancțiunii, în următoarele 24 de ore de la comunicare, astfel: a) pentru o perioadă de 3 zile, prin postarea pe pagina web de start a serviciului, la loc vizibil; b) permanent, încărcat lângă programul care a produs încălcarea	a) pentru o perioadă de 24 de ore, prin postarea pe pagina web de start a serviciului, la loc vizibil b) permanent, încărcat lângă programul care a produs încălcarea; în cazul în care furnizorul modifică conținutul programului, remediind încălcarea care a determinat somația sau sancțiunea, textul acesteia poate fi înlăturat după 24 de ore de la remediere.
208	15.04.2025, ora 17:59	Anonim		Art. 178 Prezenta decizie se publică în	Art. 178 - Prezenta decizie se publică în Monitorul Oficial al României Partea I, și

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				Monitorul Oficial al României, Partea I, și intră în vigoare la 30 de zile de la data publicării.	intră în vigoare la 6 luni de la data publicării.
209	15.04.2025, ora 17:58	Anonim		Art. 1 alin. (1) a) canal oferit prin intermediul unei platforme de partajare a materialelor video - conținut audiovizual asociat unui cont de utilizator înregistrat pe o platformă de partajare a materialelor video, unde sunt încărcate și/sau generate materiale video fiind exceptate materialele video care sunt vizibile doar utilizatorului de cont. Canalul afișează numele și imaginea contului utilizatorului, o descriere succintă, videoclipurile publice pe care utilizatorul le încarcă și/sau generează și orice alte informații;	a) canal oferit prin intermediul unei platforme de partajare a materialelor video - conținut audiovizual asociat unui cont de utilizator înregistrat pe o platformă de partajare a materialelor video, unde sunt încărcate și/sau generate materiale video fiind exceptate materialele video care sunt vizibile doar utilizatorului de cont.
210				Art. 1 alin. (1) b) catalog - o colecție de programe audiovizuale și/sau materiale video organizată cronologic în liste de redare sau categorii, în funcție de tematică, serie sau alt criteriu relevant pentru conținutul pus la dispoziția publicului/partajat de un utilizator.	b) catalog - o colecție de programe audiovizuale și/sau materiale video organizată cronologic în liste de redare sau categorii, în funcție de tematică, serie sau alt criteriu relevant pentru conținutul pus la dispoziția publicului/partajat de un utilizator.
211	15.04.2025, ora 17:58	Anonim		Art. 1 alin. (1) c) conținut dăunător - orice conținut, informație sau acțiune care poate avea consecințe grave, prin intimidare, oroare, teroare sau inducerea altor stări asemănătoare. Un astfel de conținut poate fi pornografia, violența intensitate asemănătoare. Un astfel de conținut poate fi pornografia sau violența nejustificată, fără a se limita la acestea;	c) conținut dăunător - orice conținut, informație sau acțiune care poate avea consecințe grave, prin intimidare, oroare, teroare sau inducerea altor stări asemănătoare. Un astfel de conținut poate fi pornografia, violența intensitate asemănătoare. Un astfel de conținut poate fi pornografia sau violența nejustificată, fără a se limita la acestea;

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatore	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatore	Conținut propunere/ sugestie/opinie
212	15.04.2025, ora 17:58	Anonim		Art. 1 alin. (1) e) creator de conținut audiovizual difuzat online - orice persoană care generează, creează, produce, editează și pune la dispoziția publicului sau partajează conținut audiovizual pentru care are răspundere editorială, indiferent de denumirea și de modul de organizare al acestuia, prin intermediul rețelelor de comunicații electronice de tip internet;	e) utilizator care creează și/sau încarcă conținut audiovizual difuzat online - orice persoană care pune la dispoziția publicului material video generat de orice utilizator prin intermediul rețelelor de comunicații electronice de tip internet;
213	15.04.2025, ora 17:58	Anonim		Art. 1 alin. (1) f) dezinformare - acțiunea de răspândire intenționată de informații al căror caracter fals sau înșelător este verificabil, care poate cauza prejudicii unei persoane, unui grup social, unei organizații sau interesului public;	Termenul de „dezinformare” nu este folosit în proiectul de Decizie sau în forma actuală a Codului, astfel că propune eliminarea definiției. În cazul în care prevederea este necesară altor scopuri este necesară clarificarea acesteia.
214	15.04.2025, ora 17:58	Anonim		Art. 1 alin. (1) g) difuzare - punerea la dispoziția publicului de programe audiovizuale în cadrul unui serviciu de radio sau de televiziune ori al unui serviciu media unui serviciu media audiovizual, de semne, la cerere; prin difuzare se înțelege, de asemenea, și comunicarea, în cadrul unui serviciu media audiovizual, de semne, semnale, texte, sunete, informații, mesaje de orice natură, cum ar fi serviciile de subtitrare și ghidurile electronice ale programelor;	g) difuzare - furnizarea de programe audiovizuale pentru publicul larg în cadrul unui serviciu media audiovizual; prin difuzare se înțelege, de asemenea, și comunicarea, în cadrul unui serviciu media audiovizual, de semne, la cerere; prin difuzare se înțelege, de asemenea, și comunicarea, în cadrul unui serviciu media audiovizual, de semne, semnale, texte, sunete, informații, mesaje de orice natură, cum ar fi serviciile de subtitrare și ghidurile electronice ale programelor;
215	15.04.2025, ora 17:58	Anonim		Art. 1 alin. (1) h) informare incorectă - acțiunea de răspândire de informații false fără intenție, care cauzează prejudicii unei persoane, unui grup social, unei organizații sau interesului public;	h) informare incorectă - acțiunea de răspândire de informații false fără intenție, care cauzează prejudicii unei persoane, unui grup social, unei organizații sau interesului public;

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				dăunătoare	
216	15.04.2025, ora 17:58	Anonim		Art. 1 alin. (1) l) serviciu „video în reluare” - tip de serviciu media audiovizual la cerere, denumit și catch up serviciu media audiovizual neliniar, TV, care oferă utilizatorului, pentru o perioadă denumit și catch up TV, care oferă limitată de timp, la cererea individuală și la utilizatorului, pentru o perioadă momentul ales de către acesta, acces la limitată de timp, acces la cerere programele difuzate în prealabil în cadrul unui individuală și la momentul ales de serviciu de televiziune; către acesta, a programelor difuzate în prealabil în cadrul unui serviciu de televiziune;	l) serviciu „video în reluare” - tip de serviciu media audiovizual la cerere, denumit și catch up TV, care oferă utilizatorului, pentru o perioadă limitată de timp, la cererea individuală și la utilizatorului, pentru o perioadă momentul ales de către acesta, acces la programele difuzate în prealabil în cadrul unui serviciu de televiziune;
217	15.04.2025, ora 17:58	Anonim		Art. 1 alin. (1) m) serviciu „video la cerere” - tip de serviciu media audiovizual la cerere, denumit și video on neliniar, denumit și video on demand, care oferă utilizatorului acces, la cerere care oferă utilizatorului acces, la la viziunea de filme, videoclipuri, spectacole, cerere individuală și la momentul ales live sau înregistrate, precum și alte tipuri de de către acesta, la viziunea de filme, conținut video reunite în cadrul unui catalog de videoclipuri, spectacole, live sau programe, indiferent de forma sub care acestea înregistrate, precum și alte tipuri de sunt selecționate și organizate în cadrul conținut video reunite în cadrul unui catalogului;	m) serviciu „video la cerere” - tip de serviciu media audiovizual la cerere, denumit și video on demand, care oferă utilizatorului acces, la cerere individuală și la momentul ales de către acesta, care oferă utilizatorului acces, la la viziunea de filme, videoclipuri, spectacole, cerere individuală și la momentul ales live sau înregistrate, precum și alte tipuri de conținut video reunite în cadrul unui catalog de videoclipuri, spectacole, live sau programe, indiferent de forma sub care acestea sunt selecționate și organizate în cadrul conținut video reunite în cadrul unui catalogului;
218	15.04.2025, ora 17:58	Anonim		Art. 1 alin. (1) o) utilizator - orice persoană care accesează continutul unui serviciu media audiovizual sau a utilizează ori solicită un serviciu unui serviciu de platformă de partajare a media audiovizual destinat publicului materialelor video; sau orice persoană care creează, încarcă sau generează către orice alt utilizator un material video pe o platformă de partajare a materialelor video sau persoana care utilizează	o) utilizator - orice persoană care accesează continutul unui serviciu media audiovizual sau a unui serviciu de platformă de partajare a materialelor video;

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				conținutul accesibil prin intermediul unei platforme de partajare a materialelor video;	
219	15.04.2025, ora 17:58	Anonim		Art. 2 (1) Furnizorii de servicii media audiovizuale la cerere, difuzate prin intermediul platformelor de partajare a materialelor video, trebuie să respecte în calitate de utilizatori termenii și condițiile platformelor respective privind protecția minorilor și a publicului larg, precum și cu privire la comunicările comerciale audiovizuale care sunt promovate, comercializate sau organizate de către aceștia pe canalul propriu	Necesită clarificare cu privire la aplicabilitate; este necesar să se lămurească de ce această obligație nu este aplicabilă oricărui utilizator care încarcă conținut pe o platformă de partajare. După clarificare, este necesară reformularea articolului.
220	15.04.2025, ora 17:58	Anonim		Art. 4 (6) Furnizorii de servicii media audiovizuale la cerere, difuzate prin intermediul platformelor de partajare a materialelor video, trebuie să ia măsuri corespunzătoare pentru a proteja minorii de programele, de materialele video generate de utilizatori și de comunicările comerciale audiovizuale care le pot afecta dezvoltarea fizică, mentală sau morală, în special de programele care conțin pornografie sau violență nejustificată, conform prevederilor art. 39 alin. (1) din Legea audiovizualului.	Consideră că prevederile acestui articol nu se referă la drepturile minorului în programele audiovizuale, astfel că propune comasarea acestei obligații cu cea de la Art. 2 (2) – pct. 60 din TABEL Proiect decizie CODUL AUDIOVIZUALULUI aflat în consultare publică.
221	15.04.2025, ora 17:58	Anonim		Art. 15 (1) În cadrul programelor și a materialelor video încărcate și/sau	Necesită clarificare cu privire la aplicabilitate; este necesar să se lămurească de ce această obligație nu este aplicabilă oricărui utilizator

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				generate, furnizorul de servicii media audiovizuale la cerere are obligația de a informa publicul cu privire la conținutul audiovizual care poate afecta dezvoltarea fizică, mentală sau morală a minorilor, folosind mijloace de avertizare scrisă sau sonoră	care încarcă conținut pe o platformă de partajare. După clarificare, este necesară reformularea articolului.
222	15.04.2025, ora 17:58	Anonim		Art. 28 Semnul de avertizare corespunzător trebuie expus pe toată durata programului.	Art. 28 - Semnul de avertizare corespunzător trebuie expus pe toată durata cazului programelor puse la dispoziție neliniar, la momentul ales de utilizator, nu se aplică intervalele orare specificate în art. 25, 26, 27.
223	15.04.2025, ora 17:58	Anonim		Art. 29 (2) Programele 18+ ale furnizorilor de servicii media audiovizuale aflați sub jurisdicția statelor membre ale Uniunii Europene pot fi incluse în oferta distribuitorilor de servicii, dacă se respectă următoarele condiții: a) criptat și în cadrul unor pachete opționale, special dedicate adulților, disponibile numai în intervalul orar 1,00 - 5,00, în cazul retransmisiei analogice; b) criptat și restricționat prin intermediul unui sistem de control parental, în cazul retransmisiei digitale.	(2) Programele 18+ ale radiodifuzorilor aflați sub jurisdicția statelor membre ale Uniunii Europene pot fi incluse în oferta distribuitorilor de servicii, dacă se respectă următoarele condiții: a) criptat și în cadrul unor pachete opționale, special dedicate adulților, disponibile numai în intervalul orar 1,00 - 5,00, în cazul retransmisiei analogice; b) criptat și restricționat prin intermediul unui sistem de control parental, în cazul retransmisiei digitale.
224	15.04.2025, ora 17:58	Anonim		Art. 30 Programele audiovizuale clasificate „12” sau „15” pot fi difuzate în reluare în intervalul orar 6,00 - 20,00, numai dacă sunt editate pentru a	În cadrul serviciilor de programe de televiziune, programele audiovizuale clasificate „12” sau „15” pot fi difuzate în reluare în intervalul orar 6,00 - 20,00, numai dacă sunt editate pentru a respecta condițiile de

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatore	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatore	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				respecta condițiile de difuzare a programelor accesibile tuturor categoriilor de public sau condițiile de difuzare a programelor AP, fiind clasificate ca atare	adifuzare a programelor accesibile tuturor categoriilor de public sau condițiile de difuzare a programelor AP, fiind clasificate ca atare.
225	15.04.2025, ora 17:58	Anonim		Art. 44 (1) În virtutea dreptului la propria imagine, în cazul în care în difuzate în direct se aduc acuzații unei persoane programelor audiovizuale se aduc acuzații unei persoane privind fapte imorale, acestea trebuie susținute cu dovezi, iar sau comportamente ilegale ori persoanele acuzate trebuie contactate și invitate imorale, acestea trebuie susținute cu dovezi, iar persoanele acuzate trebuie contactate într-un timp rezonabil să prezinte un punct de vedere sau nu a putut fi înainte de emisiune, informate cu privire la tema emisiunii/subiect și invitate să intervină pentru a-și exprima punctul de vedere. În situația în care persoana vizată refuză să prezinte un punct de vedere sau nu a putut fi contactată prin încercări repetate, trebuie precizat acest fapt.	(1) În virtutea dreptului la propria imagine, în cazul în care în programele audiovizuale acuzată în care în difuzate în direct se aduc acuzații unei persoane privind fapte sau comportamente ilegale ori imorale, acestea trebuie susținute cu dovezi, iar persoanele acuzate trebuie contactate și invitate să intervină pentru a-și exprima punctul de vedere. În situația în care persoana vizată refuză să prezinte un punct de vedere sau nu a putut fi contactată prin încercări repetate, trebuie precizat acest fapt
226	15.04.2025, ora 17:58	Anonim		Art. 44 (3) Orice material înregistrat în care se aduc acuzații unei persoane privind fapte sau comportamente ilegale ori imorale trebuie să conțină și opinia acesteia, în acest scop fiind contactată într-un timp rezonabil înainte de emisiune, informată cu privire la tema emisiunii vizată refuză să prezinte un punct de vedere sau nu a putut fi contactată prin încercări repetate, trebuie precizat acest fapt.	(3) Orice material înregistrat în care se aduc acuzații unei persoane privind fapte sau comportamente ilegale ori imorale trebuie să conțină și opinia acesteia, în acest scop fiind contactată într-un timp rezonabil înainte de emisiune, informată cu privire la tema emisiunii vizată refuză să prezinte un punct de vedere sau nu a putut fi contactată prin încercări repetate, trebuie precizat acest fapt.
227	15.04.2025, ora 17:58	Anonim		Art. 53 (1) Sunt interzise în programele	(1) Sunt interzise în programele audiovizuale prezentarea apologetică, negarea și/sau ducerea

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				audiovizuale prezentarea apologetică, negarea și/sau ducerea în derizoriu a regimurilor totalitare, nazist și comunist, a autorilor crimelor și abuzurilor acestor regimuri, precum și denigrarea victimelor acestora.	în derizoriu a efectelor regimurilor totalitare, nazist și comunist, a autorilor crimelor și abuzurilor acestor regimuri, precum și denigrarea victimelor acestora.
228	15.04.2025, ora 17:58	Anonim		Titlul IV - Accesibilitate	În ceea ce privește prevederile propuse în acest Titlu susțin punctul de vedere depus de ARCA.
229	15.04.2025, ora 17:58	Anonim		Art. 62 Dreptul la replică nu poate fi solicitat: c) în situația în care programul audiovizual sau materialul video, difuzate prin intermediul unui serviciu media audiovizual la cerere, conțin și prezentate fapte neadevărate;	Dreptul la replică nu poate fi solicitat: c) în situația în care programul audiovizual difuzat prin intermediul unui serviciu media audiovizual la cerere, conține și punctul de vedere al persoanei la adresa căreia au fost prezentate fapte neadevărate;
230	15.04.2025, ora 17:58	Anonim		Art. 64 (1) Persoana care se consideră lezată de prezentarea în cadrul unui program audiovizual sau material video a unor fapte neadevărate sau informații eronate, denumită în continuare solicitant, poate cere, după caz: a) radiodifuzorului, în termen de cel mult 15 zile de la data difuzării acestuia, revizionarea sau reaudierea programului în cauză; b) furnizorului de servicii media audiovizuale la cerere, în termen de cel mult 15 zile de la data accesării sau vizionării programului audiovizual sau a materialului video.	(1) Persoana care se consideră lezată de prezentarea în cadrul unui program audiovizual a unor fapte neadevărate sau informații eronate, denumită în continuare solicitant, poate cere, după caz: a) radiodifuzorului, în termen de cel mult 15 zile de la data difuzării acestuia, revizionarea sau reaudierea programului în cauză; b) furnizorului de servicii media audiovizuale la cerere, în termen de cel mult 15 zile de la data publicării programului audiovizual, revizionarea programului în cauză.
231	15.04.2025,	Anonim		Art. 64	(2) Furnizorul de servicii media audiovizuale are

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatore	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatore	Conținut propunere/ sugestie/opinie
	ora 17:58			(2) Furnizorul de servicii media audiovizuale are obligația de a asigura accesul la revizionarea ori la reaudierea programului audiovizual scris, fie direct, la sediul furnizorului, fie indirect, prin înmânarea unei copii video sau audio, după caz.	obligația de a asigura accesul la revizionarea ori la reaudierea programului audiovizual în termen de 24 de ore de la data primirii unei solicitări scrise, fie direct, la sediul furnizorului, fie indirect, prin înmânarea unei copii video sau audio, după caz, fie prin transmiterea programului respectiv prin mijloace electronice.
232	15.04.2025, ora 17:58	Anonim		Art. 65 (1) În termen de cel mult 15 zile de la data difuzării emisiunii, respectiv din prima zi de la data accesării sau vizionării programului audiovizual sau a materialului video în care s-a produs lezarea, solicitantul unui drept la replică sau la rectificare va transmite în scris, la sediul furnizorului de servicii media audiovizuale sau, după caz, la adresa de poștă electronică a acestuia, o cerere care va conține, după caz, următoarele: b) denumirea programului audiovizual ori a materialului video și data difuzării sau, după caz, a accesării ori a vizionării acestuia;	(1) În termen de cel mult 15 zile de la data difuzării emisiunii respectiv publicarea programului, solicitantul unui drept la replică sau la rectificare va transmite în scris, la sediul furnizorului de servicii media audiovizuale sau, după caz, la adresa de poștă electronică a acestuia, o cerere care va conține, după caz, următoarele: b) denumirea programului audiovizual și data difuzării sau, după caz, a publicării acestuia;
233	15.04.2025, ora 17:58	Anonim		Art. 66 (2) În cazul în care furnizorul de servicii media audiovizuale refuză să înregistreze cererea, solicitantul se poate adresa direct Consiliului Național al Audiovizualului în termen de cel mult 30 de zile de la data difuzării sau publicării ori vizionării programului audiovizual care a	(2) În cazul în care furnizorul de servicii media audiovizuale refuză să înregistreze cererea, solicitantul se poate adresa direct Consiliului Național al Audiovizualului în termen de cel mult 30 de zile de la data difuzării sau publicării ori vizionării programului audiovizual care a

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				de cel mult 30 de zile de la data difuzării sau accesării ori vizionării programului audiovizual sau a materialului video care a produs lezarea	produs lezarea.
234	15.04.2025, ora 17:58	Anonim		Art. 68 (1) În termen de două zile de la primirea cererii, furnizorul de servicii media audiovizuale este obligat să comunice, în scris, solicitantului fie ziua și ora difuzării dreptului la replică sau a rectificării, fie motivul refuzului.	(1) În termen de două zile de la primirea cererii, radiodifuzorul este obligat să comunice, în scris, solicitantului fie ziua și ora difuzării dreptului la replică sau a rectificării, fie motivul refuzului.
235	15.04.2025, ora 17:58	Anonim		Art. 68 (2) În termen de două zile de la primirea cererii, furnizorul de servicii media audiovizuale la cerere este obligat să comunice, în scris, solicitantului fie link-ul de acces către replică sau a rectificarea publicată, lângă programul care a produs lezarea, fie motivul refuzului.	(2) În termen de două zile de la primirea cererii, furnizorul de servicii media audiovizuale la cerere este obligat să comunice, în scris, solicitantului fie link-ul de acces către replică sau a rectificarea publicată, lângă programul care a produs lezarea, fie motivul refuzului.
236	15.04.2025, ora 17:58	Anonim		Art. 71 Solicitantul căruia i s-a refuzat de către furnizorul de servicii media audiovizuale dreptul la replică ori la rectificare se poate adresa Consiliului în termen de maximum 30 de zile de la data difuzării respectiv publicării programului care a produs lezarea.	Solicitantul căruia i s-a refuzat de către furnizorul de servicii media audiovizuale dreptul la replică ori la rectificare se poate adresa Consiliului în termen de maximum 30 de zile de la data difuzării respectiv publicării programului care a produs lezarea.
237	15.04.2025, ora 17:58	Anonim		Art. 84 În emisiunile de știri și dezbateri, furnizorii de servicii media	Necesită reformulare întrucât în forma propusă s-ar limita accesul publicului la informații, prevederea fiind restrictivă și creând dificultăți

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				audiovizuale trebuie să respecte următoarele reguli: f) în enunțarea unor ipoteze sau a unor relații de cauzalitate privind producerea unor eventuale catastrofe sau a altor evenimente cu impact major și/sau care riscă să producă panică, să se solicite și punctul de vedere al autorității publice abilitate, precum și al unui specialist în domeniul relevant; g) în cazul relatării și a dezbaterii cazurilor de suicid să se evite: dezvăluirea identității persoanei care a decedat prin suicid, cu excepția situației în care există acordul familiei sau când prevalează un interes public justificat; prezentarea în detaliu a manierei în care s-a produs suicidul; h) pentru prezentarea unui caz de sinucidere: să se furnizeze informații echilibrate despre comportamentul suicidar; să se furnizeze informații și să se menționeze datele de contact ale instituțiilor care pot oferi ajutor specializat la intervenție și prevenție în suicid.	și/sau împiedicând discutarea unor probleme de interes public justificat.
238	15.04.2025, ora 17:58	Anonim		Art. 98 (4) La difuzarea în reluare a programelor se va face mențiunea „Reluare” pe întreaga durată a difuzării acestora, cu excepția operelor cinematografice.	(3) La difuzarea în reluare a emisiunilor de știri și dezbateri se va face mențiunea „Reluare” pe întreaga durată a difuzării acestora.
239	15.04.2025,	Anonim		Art. 105	Propune eliminarea lit. a) și b) de la acest articol

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
	ora 17:58			Radiodifuzorii aflați în jurisdicția României au obligația de a asigura în cadrul fiecărui serviciu de programe de televiziune îndeplinirea următoarelor cerințe: a) să rezerve operelor europene, astfel cum sunt definite la art. 11 din Legea audiovizualului, minimum 50% din timpul de difuzare, cu excepția timpului consacrat informațiilor, manifestărilor sportive, jocurilor, publicității, precum și serviciilor de teletext și teleshopping; b) să rezerve operelor europene create de producători independenți cel puțin 10% din timpul de difuzare, cu excepția timpului consacrat informațiilor, manifestărilor sportive, jocurilor, publicității, precum și serviciilor de teletext și teleshopping, sau cel puțin 10% din bugetul lor de programe;	având în vedere că tema este reglementată în detaliu prin Legea audiovizualului.
240	15.04.2025, ora 17:58	Anonim		Art. 108 (3) În sensul dispozițiilor art. 23 alin. (3) din Legea audiovizualului, potrivit se aplică furnizorilor de servicii media cărora obligația de raportare nu se aplică furnizorilor de servicii media audiovizuale la cerere cu un 35 nivel de audiență mai mic de 1%, audiența ar trebui să fie determinată în funcție de ponderea de utilizatori activi atinsă de un anumit serviciu media audiovizual la cerere.	(3) În sensul dispozițiilor art. 23 alin. (3) din Legea audiovizualului obligația de raportare nu se aplică furnizorilor de servicii media audiovizuale la cerere cu o cifră de afaceri sub 2 milioane de euro aferenta serviciului media audiovizuale la cerere respectiv.
241	15.04.2025,	Anonim		Art. 110	(3) În cadrul programelor audiovizuale, în

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatore	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatore	Conținut propunere/ sugestie/opinie
	ora 17:58			(3) În intervalul orar 06.00 – 23.00 sunt interzise programele audiovizuale care conțin jocuri de noroc, precum și spoturile publicitare care promovează astfel de jocuri, cu excepția spoturilor publicitare referitoare la pariuri care pot fi difuzate și în timpul transmisiunilor sportive în direct. (3 ¹) Prevederile alin. (3) nu se aplica serviciilor media audiovizuale la cerere restrictionate minorilor. (4) În cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc, programele audiovizuale care conțin jocuri de noroc, precum și spoturile publicitare care promovează astfel de jocuri, trebuie să se difuzeze cu respectarea protecției minorilor.	intervalul orar 06.00 – 23.00, este interzisă publicitatea la jocuri de noroc, precum și spoturile publicitare care promovează astfel de jocuri, cu excepția spoturilor publicitare referitoare la pariuri care pot fi difuzate și în timpul transmisiunilor sportive în direct. (3 ¹) Prevederile alin. (3) nu se aplica serviciilor media audiovizuale la cerere restrictionate minorilor.
242	15.04.2025, ora 17:58	Anonim		Art. 114 (5) Prevederile codului privind comunicările comerciale se aplică în mod corespunzător în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc ținând cont de specificul acestora și de faptul că momentul vizionării programelor audiovizuale este ales de către utilizator.	(5) Prevederile codului privind comunicările comerciale se aplică în mod corespunzător în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc ținând cont de specificul acestora și de faptul că momentul vizionării programelor audiovizuale este ales de către utilizator.
243	15.04.2025, ora 17:58	Anonim		Art. 116 (2) În cadrul comunicărilor audiovizuale pentru instituții financiare nebancare, informația cu privire la dobânda anuală efectivă (DAE) trebuie să fie prezentată distinct pe toată durata difuzării, iar dimensiunea caracterelor trebuie să fie de minimum 51 puncte în format SD, definiție standard, respectiv 96 în format HD, înaltă definiție.	(2) În cadrul comunicărilor comerciale audiovizuale pentru instituții financiare nebancare, informația cu privire la dobânda anuală efectivă (DAE) trebuie să fie prezentată distinct pe toată durata difuzării, iar dimensiunea caracterelor trebuie să fie de minimum 51 puncte în format SD, definiție standard, respectiv 96 în format HD, înaltă definiție.

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatore	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatore	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				caracterelor trebuie să fie de minimum 51 puncte în format SD, definiție standard, respectiv 96 în format HD, înaltă definiție.	
244	15.04.2025, ora 17:58	Anonim		Art. 118 (1) Comunicările comerciale pentru convorbiri telefonice erotice, precum și pentru produse și servicii cu destinație sexuală sunt interzise.	Propune completarea alineatului cu o excepție în ceea ce privește comunicările comerciale pentru preservativ.
245	15.04.2025, ora 17:58	Anonim		Art. 123 (4) Dispozițiile alin. (1) - (3) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	(4) Dispozițiile alin. (1) - (3), cu excepția obligației semnalării plasării de produse la reluarea după fiecare pauză publicitară, se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.
246	15.04.2025, ora 17:58	Anonim		Art. 131 (3) Pentru asigurarea condițiilor de identificare și separare, precizate la alin. (1), spoturile publicitare și de teleshopping se difuzează cu respectarea următoarelor reguli: a) telepromovarea trebuie semnalată clar, sonor și vizual, și însoțită pe întreaga durată de difuzare de simbolul „P”, afișat lizibil, cu o dimensiune de minimum 30 de puncte în format SD, definiție standard, respectiv 60 în format HD, înaltă definiție, și pe o durată de minimum 5 secunde; b) telepromovarea trebuie semnalată clar, sonor și vizual, și însoțită pe întreaga durată de difuzare de mențiunea „Publicitate”, afișată lizibil, cu o dimensiune de minimum 30 de puncte în format SD, definiție standard, respectiv 60 în format HD, înaltă definiție, și pe o durată de minimum 5 secunde; c) mențiunea scrisă prevăzută la lit. b) va fi eliminată după o perioadă de 6 luni de la data intrării în vigoare a prezentei decizii și va fi înlocuită cu	(3) Pentru asigurarea condițiilor de identificare și separare, precizate la alin. (1), spoturile publicitare și de teleshopping se difuzează cu respectarea următoarelor reguli: a) telepromovarea trebuie semnalată clar, sonor și vizual, și însoțită pe întreaga durată de difuzare de simbolul „P”, afișat lizibil, cu o dimensiune de minimum 30 de puncte în format SD, definiție standard, respectiv 60 în format HD, înaltă definiție, și pe o durată de minimum 5 secunde;

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatore	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatore	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				simbolul „P”, afișat în aceleași condiții de lizibilitate;	
247	15.04.2025, ora 17:58	Anonim		Art. 132 și 133 În calitate de utilizatori, furnizorii de servicii media audiovizuale la cerere ale căror programe sau materiale video conțin comunicări comerciale audiovizuale promovate, comercializate sau organizate de către furnizorul de platformă de partajare a materialelor video, vor informa publicul cu privire la acest lucru.	Este necesară clarificarea prevederilor incluse în acest articol.
248	15.04.2025, ora 17:58	Anonim		Art. 137 (1) Furnizorii de servicii media audiovizuale pot difuza în timpul transmisiei unei competiții sportive inserturi grafice, cu respectarea următoarelor condiții cumulative: a) insertul grafic se difuzează numai în momentul în care se înlocuiește un jucător sau când se modifică scorul	a) insertul grafic se difuzează numai în momentul în care se înlocuiește un jucător sau când se modifică scorul; în cazul în care nu se înlocuiesc jucătorii sau nu se modifică scorul, se pot introduce maxim 10 inserturi pe timpul transmisiei;
249	15.04.2025, ora 17:58	Anonim		Art. 150 (6) Calupurile publicitare în care se promovează alcool și/sau suplimente alimentare se vor încheia, după caz, afișarea unuia dintre cele două mesaje de conștientizare prevăzute la alin. (1) lit. ... și/sau ...”	Propune clarificarea prevederii astfel încât să rezulte în mod clar că la finalul calupurilor indicate în prevedere obligația se referă la afișarea unuia dintre cele două mesaje de conștientizare menționate.
250	15.04.2025, ora 17:58	Anonim		Art. 154 (5) Dispozițiile alin. (1) - (3) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	Propune eliminarea acestui alineat întrucât este inclus în prevederea de la alin (1) prin mențiunea „serviciile media audiovizuale”, conform definiției din Lege includ și serviciile media audiovizuale la cerere.
251	15.04.2025, ora 17:58	Anonim		Art. 161 (1) Publicitatea și teleshoppingul la	(1) Publicitatea și teleshoppingul la alimentare vor include în mod obligatoriu

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				suplimentele alimentare vor include în mod obligatoriu următoarele: b) informațiile prezente pe eticheta suplimentului alimentar, în conformitate cu dispozițiile art. 7 alin. (4) din Legea nr. 56/2021 privind suplimentele alimentare, cu modificările și completările ulterioare.	următoarele: b) indicațiile prezente pe eticheta suplimentului alimentar, în conformitate cu dispozițiile art. 7 alin. (4) din Legea nr. 56/2021 privind suplimentele alimentare, cu modificările și completările ulterioare.
252	15.04.2025, ora 17:58	Anonim		Art. 161 (5) Prin derogare de la prevederile alin. (1) lit. b), publicitatea în formă prescurtată (reminder) va include cel puțin una dintre avertizările prevăzute la art. 7 alin. (4) din Legea nr. 56/2021 privind suplimentele alimentare, cu modificările și completările ulterioare, sub formă scrisă.	(5) Prin derogare de la prevederile alin. (1) lit. b), publicitatea în formă prescurtată (reminder) va include cel puțin una dintre indicațiile prevăzute la art. 7 alin. (4) din Legea nr. 56/2021 privind suplimentele alimentare, cu modificările și completările ulterioare, sub formă scrisă.
253	15.04.2025, ora 17:58	Anonim		Art. 169 (1) Publicitatea, pozitivă sau negativă, în legătură cu partide politice, oameni politici, mesaje politice este interzisă, cu excepția perioadelor de campanie electorală. (2) Publicitatea politică înseamnă promovarea, publicarea, distribuirea sau difuzarea, prin rețele de comunicații electronice, a unui mesaj, în mod normal în schimbul unei remunerații sau prin activități interne sau ca parte a unei campanii de publicitate politică	Nu este necesară o nouă definiție întrucât Regulamentul (UE) 2024/900 are prevederi clare cu privire la publicitatea politică, inclusiv definiția publicității politice. De asemenea, propune eliminarea interdicției prevăzute la alin. (1).
254	15.04.2025, ora 17:58	Anonim		Art. 172 (2) Furnizorii de servicii media	(2) Furnizorii de servicii media audiovizuale la cerere trebuie să afișeze textul somăției sau al

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				audiovizuale la cerere trebuie să afișeze textul somației sau al sancțiunii, în următoarele 24 de ore de la comunicare, astfel: a) pentru o perioadă de 3 zile, prin postarea pe pagina web de start a serviciului, la loc vizibil; b) permanent, încărcat lângă programul care a produs încălcarea.	sancțiunii, în următoarele 24 de ore de la comunicare, pentru o perioadă de 24 h prin postarea pe pagina web de start a serviciului, la loc vizibil sau langa programul care a produs încălcarea.
255	15.04.2025, ora 17:58	Anonim		Art. 176 În termen de 6 luni de la intrarea în vigoare a prezentei decizii, furnizorii de servicii media audiovizuale, furnizorii de servicii de platformă de partajare a materialelor video sau organizațiile care îi reprezintă și reprezentanții celorlalte sectoare interesate sunt încurajați să adopte măsuri de autoreglementare prin intermediul codurilor de conduită, în conformitate cu dispozițiile art. 6 ¹ din Legea audiovizualului.	Consideră că nu este necesară impunerea unui termen, având în vedere că aceste noi coduri de conduită necesită timp pentru elaborare, industria fiind fără experiență în reglementarea online.
256	15.04.2025	Asociația Română de Comunicații Audiovizuale (ARCA)	arca@audiovizual.ro	Art. 1 alin. (1) d) conținut ilegal - orice conținut, informație sau acțiune care nu sunt conforme cu legislația națională, indiferent de obiectul sau natura respectivei legislații. Un astfel de conținut poate fi instigarea la acte de terorism, materialele care conțin abuzuri sexuale asupra copiilor, discursurile de incitare la ură, discursurile de natură rasistă și xenofobă, precum și orice alte forme	d) conținut ilegal - orice conținut, informație sau acțiune care nu sunt conforme cu legislația națională, indiferent de obiectul sau natura respectivei legislații. Un astfel de conținut poate fi instigarea la acte de terorism, materialele care redau abuzuri sexuale asupra copiilor, discursurile de incitare la ură,

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				de conținut cu impact asemănător, care nu sunt conforme cu legislația națională;	
257	15.04.2025	Asociația Română de Comunicații Audiovizuale (ARCA)	arca@audiovizual.ro	Art. 1 alin. (1) j) producție audiovizuală cu caracter trivial, vulgar sau obscen - ansamblu de imagini, sunete, cuvinte, gesturi sau comportamente imorale, indecente, licențioase, sexuale explicite ori sugerate, care prin semnificația lor aduc ofensă pudorii, precum și orice alte forme de manifestare indecentă;	j) producție audiovizuală cu caracter trivial, vulgar sau obscen - ansamblu de imagini, sunete, cuvinte, gesturi sau comportamente imorale, indecente, licențioase, sexuale explicite ori sugerate, care prin semnificația lor aduc ofensă <u>bunelor moravuri</u> , precum și orice alte forme de manifestare indecentă;
258	15.04.2025	Asociația Română de Comunicații Audiovizuale (ARCA)	arca@audiovizual.ro	Art. 19 (3) În intervalul orar 6,00 - 23,00 nu pot fi difuzate programe, altele decât producțiile audiovizuale de ficțiune și filmele documentare, care conțin imagini și/sau sunete care prezintă acte de cruzime la adresa animalelor	(3) Este interzisă difuzarea de programe, altele decât producțiile audiovizuale de ficțiune și filmele documentare, care conțin imagini și/sau sunete care prezintă acte de cruzime la adresa animalelor
259	15.04.2025	Asociația Română de Comunicații Audiovizuale (ARCA)	arca@audiovizual.ro	Art. 44 (2) În cazul în care acuzațiile prevăzute la alin. (1) sunt aduse de furnizorul de servicii media audiovizuale, acesta trebuie să respecte principiul audiatur et altera pars ; respectarea acestui principiu presupune condiții nediscriminatorii de exprimare până la finalul aceluiași program în cadrul căruia s-au făcut acuzațiile. În situația în care	Modificare fără obiect! Textul este păstrat identic!

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatore	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatore	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				persoana vizată refuză să prezinte un punct de vedere, trebuie precizat acest fapt.	
260	15.04.2025	Asociația Română de Comunicații Audiovizuale (ARCA)	arca@audiovizual.ro	Art. 54 (1) Radiodifuzorii se asigură că serviciile de programe sunt accesibile persoanelor cu deficiențe de văz sau de auz, vizând persoanele cu dizabilități menționate la art. 41¹ din Legea audiovizualului, astfel: a) în anul 2025, cel puțin ...% din timpul de difuzare care trebuie să includă programe accesibile persoanelor cu dizabilități; b) în anul 2026, cel puțin ...% din timpul de difuzare care trebuie să includă programe accesibile persoanelor cu dizabilități; c) în anul 2027, cel puțin ...% din timpul de difuzare care trebuie să includă programe accesibile persoanelor cu dizabilități; d) începând cu anul 2028, cel puțin ...% din timpul de difuzare care trebuie să includă programe accesibile persoanelor cu dizabilități. (2) Dispozițiile alin. (1) nu se aplică în cazul spoturilor publicitare și de teleshopping.	Art. 54 - (1) Art. ... - (1) Furnizorii de servicii media audiovizuale au obligația de a asigura proporționalitatea măsurilor pentru accesibilitatea conținutului audiovizual în vederea protejării dreptului de acces al persoanelor cu dizabilități la serviciile media audiovizuale, prevăzut la art. 42¹ alin. (1) din Legea audiovizualului. (2) În scopul îndeplinirii obligației de raportare, furnizorii de servicii media audiovizuale vor completa și transmite anual Consiliului, până cel târziu la data de ... a fiecărui an, pentru anul calendaristic precedent, un raport cu privire la punerea în aplicare a măsurilor prevăzute la alin. (1), conform modelului prezentat în anexa nr. 2, care face parte integrantă din prezentul cod și care se publică pe pagina de internet a furnizorilor respectivi, însoțit de planul de acțiune pentru anul calendaristic în curs.
261	15.04.2025	Asociația Română de Comunicații	arca@audiovizual.ro	Art. 57 Radiodifuzorii se asigură că	Art. 57 - Radiodifuzorii se asigură că informațiile și comunicatele oficiale ale

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
		Audiovizuale (ARCA)		informațiile de urgență, inclusiv comunicările și anunțurile publice transmise în situația unor dezastre naturale, sunt difuzate într-o manieră care să fie accesibilă persoanelor cu handicap, cu excepția cazului în care această furnizare este imposibilă.	autorităților publice cu privire la calamități naturale, starea de necesitate sau de urgență, starea de asediu ori de conflict armat sunt difuzate într-o manieră care să fie accesibilă persoanelor cu handicap, cu excepția cazului în care această furnizare este imposibilă.
262	15.04.2025	Asociația Română de Comunicații Audiovizuale (ARCA)	arca@audiovizual.ro	Art. 105 Radiodifuzorii aflați în jurisdicția României au obligația de a asigura în cadrul fiecărui serviciu de programe de televiziune îndeplinirea următoarelor cerințe: a) să rezerve operelor europene, astfel cum sunt definite la art. 1 ¹ din Legea audiovizualului, minimum 50% din timpul de difuzare, cu excepția timpului consacrat informațiilor, manifestărilor sportive, jocurilor, publicității, precum și serviciilor de teletext și teleshopping;	Art. 105 - Radiodifuzorii aflați în jurisdicția României au obligația de a asigura în cadrul fiecărui serviciu de programe de televiziune îndeplinirea următoarelor cerințe: a) să rezerve operelor europene, astfel cum sunt definite la art. 1 ¹ din Legea audiovizualului, minimum 50% din timpul de difuzare, cu excepția timpului consacrat informațiilor, manifestărilor sportive, jocurilor, publicității, precum și serviciilor de teletext și teleshopping; b) în cazurile în care proporția stabilită la lit c) nu poate fi atinsă, proporția rezervată operelor europene nu trebuie să fie mai mică de 30% din timpul prevăzut la lit (c).
263	15.04.2025	Asociația Română de Comunicații Audiovizuale (ARCA)	arca@audiovizual.ro	Art. 128 (1) Este interzisă difuzarea de emisiuni, altele decât teleshoppingul, în care sunt promovate bunuri sau servicii individualizate care pot fi identificate de public prin marcă, producător ori prin modalități de comercializare.	Se elimină.
264	15.04.2025	Asociația Română de	arca@audiovizual.ro	(4) Timpul de difuzare a	(4) Timpul de difuzare a publicității pe

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
		Comunicații Audiovizuale (ARCA)		publicității pe ecran partajat intră în calculul limitei orare de 20% din intervalele orare stabilite de Legea audiovizualului	ecran partajat intră în calculul limitei de 20% din intervalele orare stabilite de Legea audiovizualului
265	15.04.2025	Asociația Română de Comunicații Audiovizuale (ARCA)	arca@audiovizual.ro	Art. 150 (1) În cadrul calupurilor publicitare, furnizorii de servicii media audiovizuale pot difuza, alternativ, următoarele mesaje de conștientizare:	Care sunt mesajele?
266	15.04.2025	Asociația Română de Comunicații Audiovizuale (ARCA)	arca@audiovizual.ro	Art. 169 (1) Publicitatea, pozitivă sau negativă, în legătură cu partide politice, oameni politici, mesaje politice este interzisă, cu excepția perioadelor de campanie electorală.	Alin. (1) se elimină.
267	15.04.2025	Asociația Română de Comunicații Audiovizuale (ARCA)	arca@audiovizual.ro	Art. 169 (2) Publicitatea politică înseamnă promovarea, publicarea, distribuirea sau difuzarea, prin rețele de comunicații electronice, a unui mesaj, în mod normal în schimbul unei remunerații sau prin activități interne sau ca parte a unei campanii de publicitate politică.	Alin (2) Prin publicitate politică se înțelege publicitatea în sensul definiției de la art 3 pct 2 și al precizărilor de la art 1 alin 2 și 3 din „Regulamentul (UE) 2024/900 al Parlamentului European și al Consiliului din 13 martie 2024 privind transparența și vizarea unui public-țintă în publicitatea politică”.
268	15.04.2025	Asociația Română de Comunicații Audiovizuale (ARCA)	arca@audiovizual.ro	Art. 172 Mesajele noncomerciale nu se includ în calculul duratei legale alocate publicității și trebuie să respecte următoarele condiții cumulative: a) difuzarea mesajelor să fie gratuită, fără obligație de	Litera a) se elimină.

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițitoare	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițitoare	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				contrapartidă directă sau indirectă;	
269	15.05.2025	Asociația Biroul Român de Audit Transmedia (BRAT)	arina@brat.ro	Art. 1 alin. (1) e) creatorul de conținut audiovizual difuzat online - orice persoană care generează, creează, produce, editează și pune la dispoziția publicului sau partajează conținut audiovizual pentru care are răspundere editorială, indiferent de denumirea și de modul de organizare al acestuia , prin intermediul rețelelor de comunicații electronice de tip internet.	Utilizarea definiției pe parcursul Codului atunci când este aplicabil acestei categorii de utilizatori, inclusiv prin enumerări.
270	15.05.2025	Asociația Biroul Român de Audit Transmedia (BRAT)	arina@brat.ro		Elaborarea unor <i>definiții pentru termeni precum: influencer, vlogger, blogger, sau creator de tutoriale pe Youtube.</i>
271	15.05.2025	Asociația Biroul Român de Audit Transmedia (BRAT)	arina@brat.ro	Art. 1 alin. (3) (3) Dacă în conținutul normei nu se specifică altfel, dispozițiile codului sunt aplicabile: (...) c) programelor audiovizuale, materialelor video și comunicărilor comerciale audiovizuale furnizate prin intermediul unei platforme de partajare a materialelor video	Clarificarea prezentului articol este strâns legată de definirea termenilor arătați la nr. crt. 1 și 2 (marginal 269 și 270 din tabel).
272	15.05.2025	Asociația Biroul Român de Audit Transmedia (BRAT)	arina@brat.ro	Art. 2 (1) Furnizorii de servicii media audiovizuale la cerere, difuzate prin intermediul platformelor de partajare a materialelor video, trebuie să respecte în calitate de utilizatori termenii și condițiile platformelor respective privind protecția minorilor și a publicului larg, precum și cu privire la comunicările comerciale	Eliminarea articolului

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatore	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatore	Conținut propunere/ sugestie/opinie
				audiovizuale care sunt promovate, comercializate sau organizate de către aceștia pe canalul propriu	
273	15.05.2025	Asociația Biroul Român de Audit Transmedia (BRAT)	arina@brat.ro	Art. 66 (1) Cererea de drept la replică sau la rectificare va fi înregistrată de furnizorul de servicii media audiovizuale, cu precizarea datei și orei primirii, iar solicitantului i se va înmâna o dovadă scrisă în acest sens. <i>Dispozițiile prezentului alineat nu se aplică creatorilor de conținut.</i>	Cererea de drept la replică sau la rectificare va fi înregistrată de furnizorul de servicii media audiovizuale, cu precizarea datei și orei primirii, iar solicitantului i se va înmâna o dovadă scrisă în acest sens.
274	15.05.2025	Asociația Biroul Român de Audit Transmedia (BRAT)	arina@brat.ro	Art. 110 (7) Este interzisă difuzarea de publicitate pentru jocuri de noroc în care sunt prezente personalități ale vieții publice, culturale, științifice, sportive sau de alte persoane, care, datorită notorietății în mediul online, pot încuraja participarea la astfel de jocuri	Eliminarea articolului
275	15.05.2025	Asociația Biroul Român de Audit Transmedia (BRAT)	arina@brat.ro	Art. 115 alin. (1) a) În vederea informării publicului, programele și/sau materialele video încărcate și/sau generate în canalul propriu de furnizorul de servicii media audiovizuale la cerere, care conțin publicitate vor fi însoțite de: mențiunea scrisă „Acest program conține publicitate”, afișată la începutul difuzării conținutului audiovizual, pentru o durată de maximum 5 secunde	În vederea informării publicului, programele și/sau materialele video încărcate și/sau generate în canalul propriu de furnizorul de servicii media audiovizuale la cerere, care conțin publicitate vor fi însoțite de: mențiunea scrisă „Acest program conține publicitate”, afișată la începutul difuzării conținutului audiovizual, pentru o durată de maximum 5 secunde. <i>Prin excepție, în cazul creatorilor de conținut, postările comerciale fiind formate dintr-un material video însoțit de un post/text, marcajul de publicitate se va face în interiorul postării comerciale, printr-un singur cuvânt, neechivoc, cum ar fi, dar fara a se limita la “Publicitate”</i>

Nr. crt.	Data primirii	Persoana/ Organizația inițiatore	Date de contact (cel puțin e-mail)	Textul propus de autoritatea inițiatore	Conținut propunere/ sugestie/opinie
276	15.05.2025	Asociația Biroul Român de Audit Transmedia (BRAT)	arina@brat.ro	Art. 120 (1) În vederea informării publicului, programele și/sau materialele video încărcate și/sau generate în canalul propriu de furnizorul de servicii media audiovizuale la cerere, care conțin publicitate vor fi însoțite de: a) mențiunea scrisă „Acest program conține sponsorizare”, afișată la începutul și/sau la sfârșitul difuzării conținutului audiovizual, pentru o durată de maximum 5 secunde;	În vederea informării publicului, programele și/sau materialele video încărcate și/sau generate în canalul propriu de furnizorul de servicii media audiovizuale la cerere, care conțin publicitate vor fi însoțite de: mențiunea scrisă „Acest program conține publicitate”, afișată la începutul difuzării conținutului audiovizual, pentru o durată de maximum 5 secunde. <i>Prin excepție, în cazul creatorilor de conținut, postările comerciale fiind formate dintr-un material video însoțit de un post/text, marcajul de publicitate se va face în interiorul postării comerciale, printr-un singur cuvânt, neechivoc, cum ar fi, dar fara a se limita la “Sponsorizare”</i>
277	15.05.2025	Asociația Biroul Român de Audit Transmedia (BRAT)	arina@brat.ro	Art. 156 (1) Este interzisă difuzarea de publicitate și teleshopping pentru medicamente, tratamente medicale, produse homeopate, dispozitive medicale și suplimente alimentare prezentate sau recomandate de personalități ale vieții publice, culturale, științifice, sportive ori de alte persoane, care, datorită celebrității lor, pot încuraja consumul acestor produse sau tratamente. (...) (4) Dispozițiile alin. (1) - (3) se aplică în mod corespunzător și în cazul serviciilor media audiovizuale la cerere, furnizate prin orice mijloc.	Eliminarea articolului