



## CONSILIUL PENTRU PREVENIREA ȘI ELIMINAREA DISCRIMINĂRII ȘI ASIGURAREA EGALITĂȚII

СОВЕТ ПО ПРЕДУПРЕЖДЕНИЮ И ЛИКВИДАЦИИ ДИСКРИМИНАЦИИ И ОБЕСПЕЧЕНИЮ РАВЕНСТВА  
COUNCIL ON THE PREVENTION AND ELIMINATION OF DISCRIMINATION AND ENSURING EQUALITY

Adresa: Republica Moldova, Chișinău, MD-2004  
bd. Ștefan cel Mare și Sfânt nr.180, bir.405  
tel.: +373 (0) 22 21-27-26

Адрес: Республика Молдова, Кишинёв, MD-2004  
бул. Штефан чел Маре, 180, каб. 405  
тел.: +373 (0) 22 21-27-26

### DECIZIE

din 12 aprilie 2019  
cauza nr. 06/19

Membrii Consiliului participanți la ședința de deliberare:

Ian FELDMAN – președinte  
Svetlana DOLTU – membră  
Andrei BRIGHIDIN – membru  
Evghenii Alexandrovici GOLOȘCEAPOV – membru

**au examinat** susținerile scrise ale  
**persoanei interesate:** X Y  
**reclamatei:** SRL "Louis Purple" (Viggo Tailoring) și  
**au deliberat, în ședință închisă, cu privire la următoarele.**

#### I. Obiectul plângerii

Lezarea demnității persoanei manifestată prin distribuirea publicității sexiste.

#### II. Admisibilitatea obiectului plângerii

- 2.1 Plângerea corespunde cerințelor art. 13 din Legea cu privire la asigurarea egalității nr. 121/2012.
- 2.2 Reclamata a ridicat excepții de inadmisibilitate, invocând că plângerea a fost depusă fără identificarea persoanei și că termenul de prescripție s-a scurs. Consiliul, examinând excepțiile de inadmisibilitate ridicate, le respinge ca fiind nefondate. Consiliul notează că plângerea a fost depusă prin intermediul formularului online, de o persoană identificabilă prin poșta electronică. Referințele la prevederile Legii cu privire la petiționare sunt neaplicabile în cazul examinării plângerilor privind fapta de discriminare, care se examinează conform procedurii stipulate în Regulamentul cu privire la activitatea Consiliului adoptat prin Legea nr. 298/2012. Consiliul menționează că plângerea a fost depusă de către o persoană interesată, care a invocat lezarea demnității feminine prin distribuirea unei afișe publicitare. Referitor la termenul de prescripție, Consiliul subliniază că, deși reclamata afirmă că poza a fost publicată la data de 31.01.2017, dat fiind faptul că poza este disponibilă în spațiul virtual public, fapta de lezare a demnității se consideră a fi neîntreruptă. Prin urmare, Consiliul stabilește că plângerea petiționarei înregistrată la data de 16.01.2019 se consideră depusă în interiorul termenului de prescripție.

#### III. Susținerile părților

##### ***Alegațiile persoanei interesate***

- 3.1 Persoana interesată informează că, reclamata distribuie pe rețelele de socializare două imagini de publicitate cu conținut sexist. Acele imagini au scopul de a face publicitate la sacouri bărbățești, dar în imagine apare un bărbat îmbrăcat în costum și o femeie dezbrăcată. Petiționara consideră că această publicitate este una sexistă, pe motiv că corpul dezgolit al femeii nu are nici o legătură cu îmbrăcămintea reclamată, cu atât mai mult că corpul dezgolit al femeii este folosit cu scopul de a denigra demnitatea femeii.

### **Poziția reclamatei**

- 3.2 Reclamata susține că faptele descrise în plângere nu întrunesc elementele de bază ale discriminării, și anume dreptul încălcat, criteriul protejat, tratamentul diferențiat în situații similare, respectiv nu a fost instituită o prezumție a discriminării.
- 3.3 Referitor la conținutul imaginilor susține că prima poză a fost preluată în cadrul unui proiect personal al personajelor din imagine, cu acordul acestora. Reclamata invocă că aici este vorba de artă fotografică, iar dat fiind faptul că ținuta bărbatului a fost oferită de magazinul Viggo Moldova, poza a fost distribuită în scopul susținerii acestuia. Reclamata susține că această poză, ulterior, a fost ștearsă din spațiul public.
- 3.4 Cât privește cealaltă poză (femeia nudă cu ochii legați și bărbatul îmbrăcat), reclamata susține că este în aceeași stilistică și subliniază că este o fotografie artistică. Reclamata notează că aceasta a fost distribuită cu ocazia unui concurs în care femeile trebuiau să îmbrace bărbații în ținutele magazinului cu ochii legați, iar cine făcea cea mai frumoasă ținută câștiga un premiu. Mesajul a fost că în timpul reducerilor se vinde absolut tot, manechinele rămân goale, ca și cum ar cumpăra cu ochii legați. Reclamata susține că fotografia a fost distribuită pe rețelele de socializare pe perioada reducerilor, timp de 2 săptămâni în perioada campaniei de reduceri care s-a desfășurat pe teritoriul României.

### **IV. Dreptul național și internațional relevant**

- 4.1 **Constituția Republicii Moldova prin art. 16 alin. (2)** prevede că toți cetățenii Republicii Moldova sunt egali în fața legii și a autorităților publice, fără deosebire de rasă, naționalitate, origine etnică, limbă, religie, sex, opinie, apartenență politică, avere sau de origine socială.
- 4.2 **Legea nr. 121/2012 cu privire la asigurarea egalității la art. 1 alin. (1) stabilește** că scopul prezentei legi este prevenirea și combaterea discriminării, precum și asigurarea egalității tuturor persoanelor aflate pe teritoriul Republicii Moldova în sferile politică, economică, socială, culturală și alte sfere ale vieții, fără deosebire de rasă, culoare, naționalitate, origine etnică, limbă, religie sau convingeri, sex, vârstă, dizabilitate, opinie, apartenență politică sau orice alt criteriu similar; **art. 2** oferă definiția hărțuirii ca orice comportament nedorit care conduce la crearea unui mediu intimidant, ostil, degradant, umilitor sau ofensator, având drept scop sau efect lezarea demnității unei persoane pe baza criteriilor stipulate de prezenta lege; instigare la discriminare este acel comportament prin care o persoană aplică presiuni sau afișează o conduită intenționată în scopul discriminării unei terțe persoane pe baza criteriilor stipulate de prezenta lege; **art. 3** stabilește că subiecți în domeniul discriminării sunt persoanele fizice și juridice din domeniul public și privat.
- 4.3 **Legea nr. 05/2006 cu privire la asigurarea egalității de șanse între femei și bărbați la art. 8 alin.(2)** stipulează că orice discursuri și materiale publice care prezintă imaginea femeilor sau a bărbaților în manieră de umilință a demnității lor se consideră inadmisibile și se contracarează în conformitate cu prezenta lege.
- 4.4 **Legea nr. 1227/1997 cu privire la publicitate la art. 11<sup>1</sup> alin. (1)** menționează că se consideră sexistă publicitatea care: a) prezintă femeia sau bărbatul drept obiect sexual, în situații umilitoare sau degradante, violente și care ofensează demnitatea umană; b) promovează stereotipuri sexiste în scop discriminatoriu, cu menținerea percepției tradiționale asupra femeii drept o ființă slabă, vulnerabilă și dependentă, având o poziție socială inferioară; **alin. (2)** menționează că publicitatea sexistă este interzisă.
- 4.5 **Recomandarea Comitetului de Miniștri către Statele membre privind egalitatea de gen și mass-media CM/Rec(2017)9 la anexa 1 capitolul I pct. 3 lit. e)** menționează că statele membre trebuie să asigure promovarea imaginilor non-stereotipice și să combată

publicitatea sexistă, limbajul și conținutul acestora care ar putea duce la discriminare pe bază de sex, la incitare la ură și la violența de gen.

- 4.6 **Rezoluția Adunării Parlamentare privind imaginea femeii în publicitate 1557(2007)1 la pct. 12.3.1** recomandă statelor membre să adopte o legislație corespunzătoare, astfel încât, instigarea la discriminare prin intermediul publicității să fie sancționată.

#### **V. În concluzie, Consiliul reține următoarele**

- 5.1 Din materialele dosarului, Consiliul stabilește că urmează să se pronunțe asupra caracterului sexist al publicității prin prisma lezării demnității femeilor.
- 5.2 Consiliul notează că faptele discriminatorii pot să îmbrace diferite forme, în funcție de acțiunile sau comportamentele aplicate. Consiliul, examinând circumstanțele speței, a instituit prezumția discriminării sub formă de instigare la discriminare. Astfel, Consiliul a reținut faptul lansării în spațiul public a pozelor, în calitate de publicitate, în care femeia este redată într-o ipostază umilitoare prin comparație cu bărbatul. Consiliul a stabilit că acest comportament este pe măsură să lezeze demnitatea femeilor. Consiliul a luat act de faptul că pozele lezează demnitatea feminină, reținând criteriul de sex.
- 5.3 Consiliul de asemenea a reținut că, potrivit art. 11<sup>1</sup> alin. (2) din Legea cu privire la publicitate nr. 1227/1997, publicitatea sexistă este interzisă. În sensul acestor prevederi, se consideră sexistă publicitatea care prezintă femeia sau bărbatul drept obiect sexual, în situații umilitoare care ofensează demnitatea umană sau care promovează stereotipuri discriminatorii care susțin percepția că femeia este o ființă slabă, vulnerabilă și dependentă, având o poziție socială inferioară.
- 5.4 Raportând aceste prevederi la conținutul imaginilor disputate, Consiliul reține că în ambele poze se folosește corpul nud al femeii, care poate fi perceput drept un obiect sexual. Modalitatea în care femeia stă dezgolită lângă un bărbat îmbrăcat conturează poziția de inferioritate a acesteia. Utilizarea corpului nud al femeiei în această ipostază face aluzie la fantezii sau dorințe sexuale și urmărește scopul de a atrage clienții. Consiliul notează că orice publicitate este produsă cu scopul de a influența persoana să opteze pentru un produs sau altul. În egală măsură, ceea ce este redat prin publicitate, se reflectă asupra modului în care se percep acele imagini, mesaje sau roluri conturate.
- 5.5 Consiliul respinge argumentul reclamatei precum că poza reprezintă artă fotografică din cadrul unui proiect personal și ar fi fost plasată și distribuită în scopul susținerii acestui proiect. Din momentul în care poza a fost utilizată pe pagina oficială a companiei, ea nu poate fi considerată ca artă fotografică, dar devine un mecanism de promovare a bunurilor comercializate și nu beneficiază de protecția libertății de exprimare pentru obiecte de artă. Faptul că femeia sau părțile corpului acesteia sunt folosite drept instrumente în industria publicitară, dincolo de orice îndoială, lezează demnitatea acestora, ceea ce contribuie la perpetuarea stereotipurilor de gen în societate. Din aceste considerente, Consiliul conchide că pozele au un caracter sexist și lezează demnitatea femeilor.
- 5.6 Consiliul a luat act de afirmația reclamatei că prima poză (femeia nudă și bărbatul îmbrăcat) a fost exclusă din spațiu public. Consiliul recomandă să fie exclusă fără întârziere și cealaltă poză (femeia nudă cu ochii legați și bărbatul îmbrăcat).

Astfel, conducându-se de prevederile art. 1-3 și art. 15 alin. (4) din Legea cu privire la asigurarea egalității nr. 121/2012, coroborat cu pct. 61 din Legea cu privire la activitatea Consiliului pentru prevenirea și eliminarea discriminării și asigurarea egalității nr. 298/2012,

#### **CONSILIUL DECIDE:**

1. Publicitatea are un caracter sexist și lezează demnitatea femeilor.

2. Reclamata va șterge de pe pagina sa din rețeaua de socializare poza în care apare femeia nudă cu ochii legați și bărbatul îmbrăcat.
3. Reclamata va depune toată diligența de a nu admite situații similare în viitor. În acest sens, Consiliul recomandă reclamatei să consulte Ghidul de evaluare a publicității sexiste<sup>1</sup>, elaborat de către Asociația Agențiilor de Publicitate „AAPM” în colaborare cu Programul ONU „Femeile în Politică” și Ministerul Muncii, Protecției Sociale și Familiei a RM.
4. Reclamata va informa Consiliul, în termen de 10 zile de la recepționarea prezentei decizii, despre măsurile întreprinse și/sau despre cele planificate în vederea executării prezentei decizii.
5. Decizia se comunică părților și va fi făcută publică pe adresa [www.egalitate.md](http://www.egalitate.md).
6. Decizia este cu drept de atac în instanța de contencios administrativ, conform prevederilor pct. 65 din Regulamentul cu privire la activitatea Consiliului pentru prevenirea și eliminarea discriminării și asigurarea egalității adoptat prin Legea nr.298/2012 și Codului administrativ nr. 116 din 19.07.2018.

Membrii Consiliului care au votat decizia:

---

Ian FELDMAN – președinte

---

Svetlana DOLTU – membră

---

Andrei BRIGHIDIN – membru

---

Evghenii Alexandrovici GOLOȘCEAPOV – membru

---

<sup>1</sup> <http://www.aapm.md/rom/rukovodstvo-po-otcenke-seksizma-v-reklame.html>