



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 18 octombrie 2019 cauza nr. 154/19

Membrii Consiliului participanți la ședința de deliberare:

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

au examinat susținerile scrise ale
petiționarilor: XXXXX XXXXXXXX XXXXXXXX
reclamatei: „Sevex – Prim” SRL și
au deliberat, în ședință închisă, cu privire la următoarele.

I. Obiectul plângerii

Utilizarea imaginilor sexiste în scopul promovării unui produs.

II. Admisibilitatea obiectului plângerii

Plângerea corespunde cerințelor art. 13 din Legea cu privire la asigurarea egalității nr. 121/2012 și nu ridică excepțiile de inadmisibilitate prevăzute de pct. 42 din Regulamentul de activitate al Consiliului pentru prevenirea și eliminarea discriminării și asigurarea egalității, aprobat prin Legea nr. 298/2012.

III. Susținerile părților

Alegațiile petiționarilor

- 3.1 Petiționarele indică că au identificat o practică de utilizare a imaginilor cu conținut sexist pe un produs de patiserie comercializat de către „Sevex – Prim” SRL (producătorul de pufuleți marca Cristinuța). Petiționarele informează că noul ambalaj pentru pufuleții Cristinuța a fost observat într-un subiect de știri difuzat la data de 24 mai 2019.
- 3.2 Petiționarele susțin că modul în care apare pictat personajul cu numele Cristinuța pe ambalajul pachetului de pufuleți este prezumat a fi sexist și inadecvat. Petiționarele informează că pe ambalajul produsului Cristinuța apare imaginea unei copile lângă un sufboard, îmbrăcată în costum de baie, cu forme ale corpului care nu sunt specifice copiilor, ținând piciorul stâng în poziție îndoită, ceea ce promovează sexualitatea femeii, iar în acest caz – a unei fete/copile. Petiționarele informează că un alt ambalaj o prezintă pe Cristinuța în costum de baie deschis, având sâni care nu corespund în realitate vârstei la care se pretinde a fi reprezentat personajul.
- 3.3 Petiționarele menționează că, la data de 7 iunie 2019, s-au adresat reclamatei prin email și prin poștă, solicitând retragerea de pe piață a pufuleților „Cristinuța” în ambalaj nou și modificarea ambalajului. Petiționarele informează că, la momentul depunerii plângerii la adresa Consiliului, nici o reacție nu a parvenit din partea reclamatei.

Poziția reclamatei

- 3.4 Reclamata dezaprobă cele indicate de petiționare, considerând că „Sevex-Prim” SRL nu a încălcat prevederile Legii cu privire la asigurarea egalității. Totodată, compania „Sevex-Prim” SRL explică că imaginea fetiței de pe ambalaj este un BRAND și manifestă nedumerire din ce considerente, la cerința unor terți, urmează să-și retragă produsul de pe piață.

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 cu privire la asigurarea egalității nr. 121/2012 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 cu privire la asigurarea egalității de șanse între femei și bărbați nr. 05/2006 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 cu privire la publicitate nr. 1227/1997 la art. 11¹ 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 hărțuire. Astfel, Consiliul a stabilit că modalitatea în care este redată copila de pe ambalajul produsului este inadecvată vârstei acesteia. Consiliul a reținut că prezentarea copilului în această ipostază face aluzie la sexualitatea feminină și creează un mediu ofensator pentru sexul feminin, din considerentul că corpul femeii este utilizat drept instrument pentru promovarea produselor de patiserie.
- 5.3 Conform art. 15 alin. (1) din Legea cu privire la asigurarea egalității nr. 121 din 25.05.2012, sarcina de a proba că faptele în cauză nu constituie discriminare revine persoanei despre care se presupune că a comis fapta discriminatorie.
- 5.4 Reclamata, în răspunsul său, dezaprobă cele invocate și consideră că nu a încălcat prevederile legale.
- 5.5 Consiliul notează că imaginea de pe ambalajul disputat, care redă copila îmbrăcată în costum de baie, ținând piciorul stâng în poziție îndoită lângă un surfboard și prezentată cu forme ale corpului feminin face aluzie directă la senzualitatea acesteia. Consiliul este de

opinia că această imagine are un conținut cu conotație sexuală, care nu este specific copiilor.

- 5.6 Consiliul reamintește prevederile art. 11¹ alin. (2) din Legea cu privire la publicitate nr. 1227/1997, care interzic publicitatea sexistă. 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. Raportând aceste prevederi la imaginea disputată, Consiliul constată că imaginea lezează demnitatea femeii, prezentând-o drept obiect sexual având drept scop de a atrage clienții. Consiliul notează că orice publicitate este produsă cu scopul de a influența persoana să opteze pentru un produs sau altul. Totodată, ceea ce este redat prin publicitate se reflectă asupra modului în care se percep acele imagini, mesaje sau roluri conturate.
- 5.7 Acestea fiind stabilite, Consiliul menționează că versiunea de vară a ambalajelor de pufuleți înregistrați sub marca „Cristinuța” au un caracter sexist și lezează demnitatea.
- 5.8 Consiliul subliniază că, pentru evitarea producerii publicității sexiste, Asociația Agențiilor de Publicitate „AAPM” în colaborare cu Programul ONU „Femeile în Politică” și Ministerul Sănătății, Muncii și Protecției Sociale a elaborat Ghidul de evaluare a publicității sexiste¹. Consiliul notează că acest instrument conține o serie de criterii de care trebuie să se țină cont atunci când se creează orice material publicitar.

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. Materialul publicitar examinat are un caracter sexist și lezează demnitatea.
2. Reclamata va retrage din comercializare ambalajul sexist.
3. Reclamata va depune toată diligența de a nu admite situații similare în viitor.
4. Decizia se comunică părților și va fi făcută publică pe adresa www.egalitate.md.
5. Decizia poate fi contestată, în decurs de 30 de zile de la data comunicării, la Judecătoria Chișinău, sediu Râșcani, situată pe adresa: mun. Chișinău, str. Kiev, 3.

Membrii Consiliului care au votat decizia:

Ian FELDMAN – președinte

Svetlana DOLTU – membră

Andrei BRIGHIDIN – membru

Victorina LUCA – membră

Evghenii Alexandrovici GOLOȘCEAPOV – membru

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