



# CONSILIUL NAȚIONAL PENTRU COMBATEREA DISCRIMINĂRII

## AUTORITATE DE STAT AUTONOMĂ

### HOTĂRÂREA nr. 549 din 21.09.2022

**Dosar nr:** 514/ 2021

**Petiția nr:** 4606/16.06.2021

**Petent:** Fundația Centrul de Resurse Juridice

**Reclamat:** Societatea Euro-Tel SRL

**Obiect:** petenta reclamă publicarea și menținerea în mediul online a unui material publicitar denumit “reumplere cartușe Brașov” în conținutul căruia sunt prezentate elemente considerate a aduce atingerea demnității umane.

#### **I. Numele, domiciliul sau reședința părților**

##### **Numele, domiciliul, reședința sau sediul petentei**

1. Fundația Centrul de Resurse Juridice cu sediul în București, Sector 2, Str. Arcului, nr. 19

##### **Numele, domiciliul, reședința sau sediul părților reclamate**

2. Societatea Euro-Tel SRL cu sediul în Brașov, Str. Republicii nr. 25, Jud. Brașov

#### **II. Procedura de citare a părților**

3. În temeiul art. 20, alin. 4 din OG nr.137/2000 privind prevenirea și sancționarea tuturor formelor de discriminare, cu modificările și completările ulterioare, Consiliul Național pentru Combaterea Discriminării a îndeplinit procedura de citare a părților.

4. Prin adresa nr. 4606/22.07.2021 a fost citat petentul iar prin adresa nr. 5509/22.07.2021 a fost citată partea reclamată, părțile fiind înștiințate de faptul că, având în vedere situația evoluției epidemiologice determinate de răspândirea coronavirusului SARS-Cov2, acestea au posibilitatea de a trimite în scris puncte de vedere/ note scrise/ completări la petiție, precum și orice alte acte sau dovezi/ probe, soluționarea speței urmând a se face în lipsă, cu acordul părților din dosar, acestea având un termen de comunicare a modalității asupra căreia decid în legătură cu audierea părților conform procedurii comunicate în adresă (filele 10-11 la dosar).

6. Petentul a comunicat la dosar acordul privind soluționarea în lipsă a petiției (fila 13 la dosar).

7. Partea reclamată a comunicat un punct de vedere la dosar în data de 20.08.2021 și a confirmat soluționarea în lipsă a petiției (filele 16-22 la dosar).

8. Prin adresa nr. 6663/07.09.2021 a fost comunicat petentei punctul de vedere depus de partea reclamată la dosar (fila 23 la dosar).

9. Petenta a comunicat concluzii scrise la dosar (filele 25-27 la dosar).

10. Procedură legal îndeplinită.



### III. Susținerile părților conform obiectului dosarului

#### Susținerile petentului

11. Petenta sesizează Consiliul cu privire la o posibilă faptă de discriminare arătând următoarele:

11.1. Se sesizează existența unui material publicitar denumit „Reumplere cartușe Brașov”, afișat în mediul online, cu elemente care prejudiciază demnitatea umană a unui grup de persoane.

12. În fapt, petentul arată următoarele:

12.1 În data de 15 aprilie 2017 - pe platforma YouTube și, respectiv la data de 9 februarie 2019 - pe rețeaua de socializare Facebook, partea reclamată a publicat un material publicitar denumit “Reumplere Cartușe Brașov”, care aduce atingere demnității umane. Materialul începe cu un dialog între două persoane, identificate din context ca făcând parte dintr-o relație de muncă, și anume o relație între o secretară și șeful său. În cadrul dialogului sunt utilizate cuvinte precum „stăpâne”, pentru a-l denumi pe șef, și sintagme de tipul “*tăiați-i capul*” și “*nu-i tăia capul secretarei*” pe motivul terminării cartușului.

12.2 Se arată că audiența atinsă în urma publicării acestui material, în special pe platforma YouTube prezintă interes prin atingerea unui număr de vizualizări extrem de ridicat și anume, 579.000 de vizualizări la data introducerii petiției.

12.2 Petentul menționează și cadrul juridic aplicabil în această situație, care este considerată ca fiind un caz de discriminare. Mai exact, petentul prezintă următoarele:

Conform art. 4, lit. (i<sup>1</sup>) din Legea nr. 202/2002 privind egalitatea de șanse și de tratament între femei și bărbați, prin stereotipuri de gen se înțeleg sistemele organizate de credințe și opinii consensuale, percepții și prejudecăți în legătură cu atribuțiile și caracteristicile, precum și rolurile pe care le au sau ar trebui să le îndeplinească femeile și bărbații;

De asemenea, conform art. 19 din același act normativ:

(1) Publicitatea care prejudiciază după criteriul de sex respectul pentru demnitatea umană, aducând atingere imaginii unei persoane în viața publică și/sau particulară, precum și a unor grupuri de persoane este interzisă.

(2) Este interzisă utilizarea în publicitate a situațiilor în care persoanele, indiferent de apartenența la un sex, sunt prezentate în atitudini degradante, umiltoare și cu caracter pornografic.

(3) Firmele de publicitate au obligația de a cunoaște și de a respecta principiul egalității de șanse și de tratament, precum și de a nu utiliza stereotipurile de gen în producțiile publicitare.

12.3 Petenta arată că limbajul folosit în materialul publicitar scoate în evidență perpetuarea prejudecăților de gen care insuflă un sentiment continuu de inferioritate al femeilor față de bărbați în contextul relațiilor de muncă și adoptarea din partea șefului din perspectiva poziției sale a unei conduite ostile și nedorite asupra acesteia, menite să creeze un cadru intimidant, ostil, degradant și ofensiv. Aceasta consideră faptul că dezvoltarea unui astfel de cadru, chiar și fictiv, transmite un mesaj de natură a prejudicia demnitatea umană prin perpetuarea comportamentelor discriminatorii față de persoanele de sex feminin și aduce atingerea imaginii acestora.

În opinia petentei, materialul poate avea un impact afectiv semnificativ atât pentru persoanele care se identifică cu persoana portretizată ca fiind inferioară, cât și pentru persoanele minore, aflate în perioada de dezvoltare.

12.4 Petenta consideră că partea reclamată nu poate susține că i-ar putea fi prejudiciat dreptul la libera exprimare, deoarece, conform art. 10 din Convenția europeană a drepturilor omului, *libera exprimare poate fi supusă unor formalități, condiții, restrângeri sau sancțiuni prevăzute de lege care, într-o societate democratică, constituie măsuri necesare pentru [...] protecția sănătății, a moralei, a reputației sau a drepturilor altora.*

13. În susținerea faptelor prezentate mai sus, petenta prezintă și motivele care accentuează gravitatea mesajului: existența materialului în spațiul public de minimum 4 ani, audiența mare și faptul că stereotipiile de gen și limbajul degradant la adresa femeilor sunt folosite de către reclamată pentru a-și promova și vinde un produs, prejudiciind imaginea unei minorități afectate de discriminare și de violență de gen în România. De asemenea, normalizarea unui astfel de comportament este periculoasă, cu atât mai mult cu cât statisticile violenței asupra femeilor sunt alarmante atât pe plan național, cât și pe plan internațional, menționează petenta.

14. În susținerea plângerii sale, petenta a comunicat la dosar link-urile publice către materialul publicitar.

<https://www.youtube.com/watch?v= 7Z7LOF 21k>

<https://www.facebook.com/watch/?v=414789659273877>

15. În concluziile scrise depuse de petentă la dosar, comunicate la data de 27.09.2021, se arată următoarele:

15.1 Petenta consideră că deși partea reclamată susține că nu a realizat conținutul sexist al reclamei, proba săvârșirii faptei cu intenție nu are relevanță în calificarea și constatarea faptei de discriminare, potrivit art. 15 din OG nr. 137/2000.

15.2 Referitor la afirmația părții reclamate conform căreia în cei 17 ani de difuzare a reclamei nu a existat nicio reacție negativă, petenta consideră că aceasta este eronată, simpla examinare a secțiunii de comentarii de la reclama publicată pe Youtube arătând contrariul afirmațiilor părții reclamate. Mai precis, unul dintre comentariile de la materialul video, scris în urmă cu 2 ani, a fost următorul:” *O reclamă misogină. Asocierea violenței asupra femeilor cu un loc de muncă nu mi se pare deloc oportună. Credeți că vreo secretară care vede reclama asta și are un șef agresiv va cumpăra de la cei care se amuză pe baza situației ei?*”

15.3 Petenta arată că materialul publicitar se află, în continuare, în spațiul public, partea reclamată susținând însă retragerea spotului ca fiind îndeplinită. În plus, reclama a înregistrat o creștere a vizualizărilor (32.000 de vizualizări noi în perioada 31.05.2021-20.09.2021).

16. În concluzie, petenta comunică faptul că principalul scop al acestei petiții este eliminarea reclamei din spațiul public.

17. Petenta nu a mai depus la dosar alte documente, note sau concluzii scrise în susținerea celor menționate în petiție.

### **Susținerile părții reclamate**

18. Prin adresa comunicată la data de 20.09.2021, partea reclamată susține că nu a avut în niciun moment intenția de a discrimina o anumită categorie socială sau un gen

anume, ci s-a dorit crearea unui spot publicitar care să aducă în prim plan disponibilitatea acestora de a oferi necesarul pentru o bună desfășurare a activității zilnice a unei firme.

19. Se arată că a fost utilizat un concept istoric în dezvoltarea reclamei, partea reclamată menționând că au utilizat cuvântul „*papyrus*”, nu hârtie, și „*stăpân*”, în perioada aceea folosindu-se practice neortodoxe, fără a fi considerat deplasat.

20. Partea reclamată precizează că reclama a fost difuzată timp de 17 ani fără a exista vreo reacție negativă din partea publicului. De asemenea, se arată că spotul publicitar a fost conceput și realizat de către o altă societate, colaborator al părții reclamate, în urma încheierii unui contract de publicitate din anul 2004.

21. În continuare partea reclamată afirmă că a retras spotul publicitar din spațiul public deși vor exista consecințe financiare pentru societate prin această renunțare. Se precizează, de asemenea, că persoana care s-a ocupat de acest spot publicitar și care a fost reclamată de către petent, a decedat la data de 29.04.2021 în urma infecției cu virusul SarsCov2.

22. În susținerea plângerii sale, partea reclamată a depus la dosar următoarele documente: copie certificat deces al reprezentantului părții reclamate, copie certificat constatator al decesului și copie a contractului publicitar încheiat de societate (filele 18-22 la dosar).

#### **IV. Motivele de fapt și de drept**

##### **Cadrul legal aplicabil. Drept național și internațional aplicabil/ jurisprudența**

Prevederile legislative relevante în prezenta cauză sunt următoarele:

- Constituția României;
- OG nr. 137/2000 privind prevenirea și sancționarea tuturor formelor de discriminare: art. 2 al. 1
- legislație specială, legislație internațională etc.

##### **Principiile de analiză**

Curtea Constituțională a statuat în mod constat că „*principiul egalității implică un tratament egal pentru toți cetățenii aflați în situații egale*”.

Totodată, Curtea Constituțională a reținut că „*principiul egalității consacrat de art. 16 alin. (1) din Constituție nu presupune uniformitate, așa încât, dacă:*

- la **situații egale** trebuie să corespundă un **tratament egal**,
- la **situații diferite**, *tratamentul juridic nu poate fi decât diferit. Egalitatea părților nu exclude, ci chiar implică un tratament juridic diferențiat*”.

Suntem în prezența unei posibile **discriminări directe**:

- o persoană este tratată în mod nefavorabil;
- prin comparație cu modul în care au fost sau ar fi tratate alte persoane aflate într-o situație similară;
- iar motivul acestui tratament îl constituie o caracteristică concretă a acestora, care se încadrează în categoria „*criteriului protejat*”.

Pentru existența discriminării directe trebuie îndeplinite cumulativ următoarele **condiții**:

- existența unui tratament diferențiat manifestat prin: orice deosebire, excludere, restricție sau preferință;
- existența unui criteriu de discriminare;
- existența unui raport de cauzalitate între criteriul de discriminare și tratamentul diferențiat;
- tratamentul diferențiat trebuie să aibă ca scop sau efect restrângerea, înlăturarea, folosinței sau exercitării în condiții de egalitate a drepturilor omului și a libertăților fundamentale sau a unui drept recunoscut de lege;
- existența unor persoane sau situații aflate în poziții comparabile.

### **Aplicarea principiilor la spetă**

23. În fapt, Colegiul director este chemat să se pronunțe asupra limitei libertății de exprimare fiind supus analizei comentariul din spotul publicitar al părții reclamate, postat în mediul online, crearea și difuzarea acestei reclame pentru produse consumabile fiind considerate că lezează demnitatea persoanelor de sex feminin care lucrează ca și secretare.

24. În drept, în soluționarea prezentei sesizări apreciem că sunt incidente următoarele texte de lege:

- art. 10 și art. 14 din Convenția Europeană a Drepturilor Omului și Libertăților Fundamentale;
- art. 1 alin. (3), art. 16, art. 29 și art. 30 din Constituția României, revizuită în 2003;
- art. 2 alin. (1) și art. 15 din OG nr. 137/2000 privind prevenirea și sancționarea tuturor formelor de discriminare (în continuare OG nr. 137/2000).

25. Colegiul director este chemat să se pronunțe asupra raportului dintre libertatea de exprimare și dreptul la demnitatea persoanei, interzicerea discriminării raportată la aprecierile reclamatului, obiect al prezentei sesizări. Analiza urmărește să stabilească dacă în acest caz s-a depășit limita libertății de exprimare și, în consecință, se impune o ingerință a statului prin aplicarea unei măsuri proporționale cu scopul urmărit.

26. Potrivit jurisprudenței Curții Europene a Drepturilor Omului, pentru a fi acceptată o ingerință în dreptul de exprimare, aceasta trebuie:

- să fie prevăzută de lege (care la rândul ei trebuie să îndeplinească anumite calități: să fie previzibilă și accesibilă),
- să urmărească un scop legitim,
- să fie necesară într-o societate democratică și
- să fie proporțională cu scopul urmărit (Corneliu Bârsan, *Convenția europeană a drepturilor omului*, vol. I. Ed. C.H. Beck, București, 2005, p. 769-801).

### **Ingerința să fie prevăzută de lege**

27. Prima cerință, cea a existenței unei prevederi legale, care să reglementeze ingerința statului în exercitarea dreptului libertății de exprimare este îndeplinită de art. 2 alin. (1) coroborat cu art. 15 din OG nr. 137/2000. Totuși, apreciem că aceste texte de lege trebuie coroborate cu art. 2 alin. (8) din OG nr. 137/2000 potrivit căruia „prevederile ordonanței nu pot fi interpretate în sensul restrângerii dreptului la libera exprimare, a dreptului la opinie și a dreptului la informație”. Apreciem că ambele texte

normative sunt previzibile și accesibile, deși protejează o valoare fundamentală într-o societate democratică și sunt noțiuni care au și un caracter abstract.

### **Ingerința să urmărească un scop legitim**

28. Raportat la *scopul legitim urmărit* prin posibila ingerință a statului în libertatea de exprimare se urmărește protejarea demnității umane.

29. Protecția demnității unor grupuri constituie un scop legitim într-o societate democratică. Pentru a se produce o atingere, încălcare a demnității umane, ca drept constituțional protejat, declarațiile, obiect al prezentei petiții, ar trebui să întrunească elementele:

- un comportament manifestat în public, având caracter de propagandă sau de instigare la ură pe criteriul de sex,
- ori un comportament care are ca scop sau vizează atingerea demnității ori crearea unei atmosfere ostile, degradante, umilitoare sau ofensatoare îndreptate împotriva unui grup de persoane legat de apartenența la un grup – astfel cum prevede art. 15 din OG nr. 137/2000, republicată.

30. Colegiul director constată că primele două condiții (să existe o prevedere legală și să se urmărească un scop legitim) pentru a fi acceptată o ingerință a statului sunt îndeplinite.

### **Necesitatea ingerinței**

31. Rămâne de competența Colegiului director să stabilească dacă interferența în libertatea de exprimare „este necesară într-o societate democratică”.

32. În acest demers, Colegiul director analizează dacă există motive „relevante și suficiente” care să justifice ingerința în libertatea de exprimare din perspectiva unei „nevoi imperioase” („*pressing social need*”).

33. Identificarea unei „nevoi imperioase”, respectiv necesitatea oricărei restricții privitoare la exercițiul libertății de exprimare trebuie să fie stabilită într-o manieră convingătoare, iar autorității naționale îi revine atributul evaluării existenței unei „nevoi imperioase” susceptibile de o anumită marjă de apreciere (Corneliu Bârsan, Convenția Europeană a drepturilor omului, Comentariu pe articole, Vol. I., Ed. All Beck, București, 2005, pag. 801.) În conformitate cu principiul subsidiarității, statele membre dispun de o „*margin de apreciere*” în stabilirea limitării libertății de exprimare. Autoritățile statelor membre au un contact direct și permanent cu realitățile sociale și sunt primele care se pronunță asupra existenței unei „nevoi sociale prezente”. Marginea de apreciere se va stabili potrivit standardelor minime ale CEDO. (vezi *Handyside v. United Kingdom* par. 48 și par. 49).

### **Elemente luate în considerare la stabilirea necesității ingerinței statului în libertatea de exprimare**

34. În scopul de a determina dacă declarația obiect al prezentei sesizări constituie un discurs de ură, Colegiul director va examina: obiectivul urmărit de către partea reclamată, contextul în care a avut loc, conținutul afirmațiilor, rolul în societate al persoanei, autor al afirmației.

### **Obiectivul urmărit de partea reclamată**



35. Obiectivul urmărit de reclamat este important: a dori acesta să disemineze prin postarea opiniei și a scopului său publicitar? În acest punct, Colegiul director nu analizează intenția de a discrimina a părții reclamate, acest aspect nu are relevanță în stabilirea unei fapte de discriminare.

36. Colegiul apreciază că, în speță, spotul publicitar al părții reclamate a avut rolul de a informa publicul cu privire la promovarea sa comercială, respectiv prezentarea unor produse consumabile și opțiunile cu privire la vânzarea acestor produse.

#### **Contextul în care a fost făcută afirmația din reclamă**

37. Spotul publicitar a fost distribuit de partea reclamată în contextul promovării tipului de produse consumabile pe care compania le comercializează.

38. Partea reclamată își exprimă propria reclamă pentru produsele propuse spre vânzare.

39. Astfel, Colegiul director nu poate decât să constate faptul că în prezenta cauză nu s-a depășit sfera caracterului informativ care prezintă interes pentru opinia publică, cu privire la opțiunea părții reclamate de promovare a unui produs, neaducând atingere persoanelor de o anumită categorie.

#### **40. Conținutul spotului publicitar**

Voce 1: „ Stăpâne, am rămas fără papirus

Voce 2: Am rămas fără papirus, hai, și pe papirus cu ce scriem?

Voce 1: Ahhhhh!

Voce 2: Tăiați-I capul!

Voce 3: Dacă ai rămas fără tuș în cartuș nu-i tăia capul secretarei,

Eurotel reumple orice tip de cartuș

Plus la cinci umpleri, una e gratuită (....)

Tăiați-I capul ”

#### **Modul în care au fost făcute afirmațiile din reclamă**

41. Colegiul director apreciază că exprimarea folosită în spotul publicitar nu este cea mai fericită însă prezentarea din cuprinsul reclamei nu este de natură a atinge o limită prin care să se încalce un drept fundamental, *încât dreptul la libertatea de exprimare să devină secundar*.

42. Una dintre principalele caracteristici ale democrației constă în posibilitatea pe care ea o oferă de a rezolva prin dialog, fără a se recurge la violență, problemele pe care le are de soluționat un stat, *chiar și atunci când acestea sunt extrem de dificile sau stânjenitoare, iar democrația se „hrănește” din libertatea de exprimare* (ibidem, pct. 66).

43. Marginea de apreciere a statelor este semnificativ redusă (îngustă) mai ales atunci când autorul unei declarații este o personalitate, opiniile formulate de acesta având un larg impact asupra publicului.

44. Totuși, o ingerință a statului în această speță, prin constatarea și sancționarea faptei ca fiind o formă de discriminare, deci limitarea libertății de exprimare, ar constitui un exces, o limitare nejustificată, o măsură neproportională în raport cu pericolul social al faptei și cu scopul urmărit.

**O ingerință a statului ar fi fost justificată dacă ar fi existat orice element de incitare expresă la ură pe criteriul de sex.**

45. Reiterăm faptul că este esențial pentru spațiul publicitar ca atunci când se exprimă în diverse spoturi publicitare și reclame, să se manifeste o responsabilitate corespunzătoare poziției de imagine a obiectivului prezentat.

**Concluzii**

46. Colegiul director reiterează faptul că libertatea de exprimare/creație constituie valoarea fundamentală a unei societăți democratice și plurale. Din această perspectivă, libertatea de exprimare are un rol substanțial în rândul drepturilor fundamentale cuprinse în Constituție și constituie trunchiul comun pentru exercitarea drepturilor fundamentale din sfera comunicării.

**Exprimarea liberă a opiniilor reprezintă condiția fundamentală a existenței unei societăți vii și capabilă de dezvoltare.**

47. Curtea Europeană a Drepturilor Omului a statuat, într-o formulă care este preluată aproape ca o clauză de stil în toată jurisprudența sa subsecventă în materie, că *“libertatea de exprimare, garantată de art.10 par.1, constituie unul din fundamentele esențiale ale unei societăți democratice și una din condițiile primordiale ale progresului societății și împlinirilor personale. Subiect al paragrafului 2 al Articolului 10, Libertatea de expresie include „nu numai informațiile și ideile primite favorabil sau cu indiferență [de opinia publică] ori considerate inofensive, dar și pe acelea care ofensează, șochează sau deranjează. Acestea sunt cerințele pluralismului, toleranței și spiritului deschis, fără de care nu există societate democratică.”* (CEDO, între altele, Lingens vs. Austria, Oberschlick vs. Austria, Sunday Times vs. U.K., Observer și Guardian vs. U.K., Castells vs. Spania, Thorgeirson vs. Islanda, Jersild vs. Danemarca, Goodwin vs. U.K., De Haes și Gijels vs. Belgia).

48. Curtea Europeană a Drepturilor Omului a fundamentat necesitatea protejării libertății de exprimare în primul rând pe valoarea pe care acesta o reprezintă ca mijloc pentru a asigura buna funcționare a unei societăți democratice.

49. Partea reclamată este o societate comercială, astfel promovarea reclamei ar trebui analizată și în context antreprenorial, obiectul de activitate al companiei fiind de a pune în comerț anumite produse consumabile, folosind reclamă pentru a-și promova și vinde unul sau mai multe produse. Sensul pe care personajul l-a trasat în cadrul spotului publicitar al comerțului și pe care petenta l-a considerat discriminatoriu, reprezintă de fapt imaginea unui concept al unei perioade istorice în care se foloseau anumite practici, fiind utilizate în dezvoltarea reclamei chiar și cuvintele specifice aceluia concept.

50. Având în vedere aceste aspecte, Colegiul director, cântărind pro și contra decide că a sancționa publicarea și difuzarea materialului publicitar din prezenta cauză ar constitui o încălcare evidentă a libertății de exprimare/creație.

51. În acest sens, Colegiul director constată că în cadrul spotului publicitar nu sunt elemente discriminatorii care să aducă atingere demnității femeilor (secretare) și că acesta se încadrează în limitele libertății de creație iar în speța de față nu se impune interferența statului în limitarea libertății de exprimare.



52. Pentru considerentele de mai sus, având în vedere obiectivul urmărit de partea reclamată, conținutul spotului publicitar, contextul în care a avut loc, rolul în societate al autorului reclamei, se constată că în speță „*nu este necesară într-o societate democratică*” o ingerință în libertatea de exprimare/creție, fapta sesizată nu constituie contravenție potrivit prevederilor art. 2 alin. (1) și art. 15 din OG nr. 137/2000, republicată.

Față de cele de mai sus, în temeiul art. 20 alin. (2) din OG nr. 137/2000 privind prevenirea și sancționarea tuturor formelor de discriminare, republicată, cu unanimitate de voturi ale membrilor prezenți la ședință,

### **COLEGIUL DIRECTOR HOTĂRĂȘTE:**

1. Nu se întrunesc elementele constitutive ale unei fapte de discriminare prevăzută de art. 2 alin. (1) coroborat cu art. 15 din OG nr 137/2000, republicată întrucât spotul publicitar se încadrează în limita libertății de creație.

2. Se va răspunde părților în sensul celor hotărâte.

#### **V. Modalitatea de plată a amenzii**

Nu este cazul

#### **VI. Calea de atac și termenul în care se poate exercita**

Prezenta hotărâre poate fi atacată la instanța de contencios administrativ, în termen de 15 zile de la data primirii, potrivit OG nr. 137/2000 privind prevenirea și sancționarea faptelor de discriminare, republicată și a Legii nr. 554/2004, a contenciosului administrativ.

**Membrii Colegiului Director prezenți la ședința de deliberări desfășurată în data de 21.09.2022 au fost:**

**BABUȘ RADU – Membru**

**BĂNICĂ CLAUDIA CERASELA – Membru**

**DIACONU ADRIAN NICOLAE – Membru**

**GRAMA HORIA - Membru**

**JURA CRISTIAN – Membru**

**POPA CLAUDIA SORINA – Membru**

Motivat/redactat: AND/FL

Data: 27.11.2022

**Notă:** Hotărârile emise de Colegiul director al Consiliului Național pentru Combaterea Discriminării potrivit prevederilor legii și care nu sunt atacate în termenul legal, potrivit OG nr. 137/2000 privind prevenirea și sancționarea faptelor de discriminare și a Legii 554/2004, a contenciosului administrativ, constituie de drept titlu executoriu.

