



CONSILIUL NAȚIONAL PENTRU COMBATEREA DISCRIMINĂRII

AUTORITATE DE STAT AUTONOMĂ

HOTĂRÂREA nr. 701 din data de 16.11.2022

Dosar nr.: 661/2021

Petiția nr.: 6140/13.08.2021

Petentă: Asociația Centrul de Dezvoltare Curriculară și Studii de Gen „Filia”

Reclamat:

Obiect: prezentarea unui clip de promovare a mărcii de vin „*Jurnalul unui burlac*” care ar putea crea o atmosferă degradantă, umilitoare și ofensatoare la adresa femeilor

Numele, domiciliul sau reședința părților

Numele, domiciliul, reședința sau sediul petentei

1. Asociația Centrul de Dezvoltare Curriculară și Studii de Gen „Filia” cu sediul în București, Șoseaua Mihai Bravu, nr.192, bl. 204, sc.1, et. 8, ap. 32, sector 2

Numele, domiciliul, reședința sau sediul reclamatei

2. prin SPRL „Stratulat Albulescu”

II. Procedura de citare

3. Având în vedere contextul evoluției epidemiologice determinate de răspândirea virusului SARS-CoV-2, Consiliul Național pentru Combaterea Discriminării a informat părțile cu privire la faptul că au posibilitatea de a trimite punctul de vedere în scris (precum și orice alte acte sau dovezi), soluționarea speței urmând a se face în lipsă, cu acordul acestora (fila 7- 8 din dosar). Prin adresa nr. 1184 din 15.02.2022 (fila 74 din dosar) s-a comunicat petentei punctul de vedere înaintat de către partea reclamată, în vederea formulării concluziilor scrise. Prin adresa nr. 1578 din 02.03.2022 (filele 76-77 din dosar) au fost citate părțile pentru data de 22.03.2022, la solicitarea reclamatei. La audieri petenta nu s-a prezentat.

4. Procedură legal îndeplinită.

III. Susținerile părților

Susținerile petentei

5. Petenta reclamă un clip de promovare a mărcii de vin „*Jurnalul unui burlac*” prin care se crează o atmosferă degradantă, umilitoare și ofensatoare la adresa femeilor. Clipul publicitar a fost promovat atât de petent (protagonist), dar și de alte persoane publice, prin intermediul rețelelor de socializare în data de 20 iulie 2021, și a

reușit să însumeze în 24 de ore mai mult de 10 mii de reacții, peste 70 de mii de vizualizări și peste 500 de comentarii.

6. În clipul publicitar este ilustrat un act intim cu conotații sexuale, între un bărbat și o femeie. Începând cu secunda 10, reclamatul începe să îi spună partenerei „vin, vin”, pentru ca, 10 secunde mai târziu, acesta să îi aplice o lovitură peste frunte spunându-i: „Dă-mi un pic de vin că ai mâna lângă sticlă”. Persoana de sex feminin privește contrariată spre sticla de vin, o ridică și o oferă reclamatului.

7. Descrierea folosită de reclamat pentru clipul în cauză este următoarea: „Părerea mea este că trebuie să testăm calitatea unui produs în condiții optime (...) Mulțumesc. În altă ordine de idei, pare-se că și gustul vinului acestuia roșu de la Domeniile Urlați pe care-l puteți comanda pe @tshirtfactoryro este la fel de bun precum (...) efectul. Lucru pentru care a fost distins cu o medalie de argint și una de bronz la Decanter World Wine Awards”.

Printre comentariile postate se regăsesc și comentarii denigratoare la adresa protagonistei și a femeilor:

“Mieîță, ești bandit. După sticla aia dă vin, trebuia să dai în ea ca surdu-n clopot. Cred că a băut sticluța

Reclama, reclama dar l-ai scăpat în ea

Palma aia face tot!

Băi frățioare vreau să fac și eu o reclamă și nu am parteneră îmi împrumuți și mie partenera

Curve virgine

Berbecule dai ca lumea la noda”

8. Pe lângă comentarii, mai mulți urmăritori au postat comentarii capturi de ecran cu protagonista spotului publicitar în momentul în care, din cauza mișcării i se pot observa sânii. Atât spotul publicitar în sine, cât și reacțiile din comentarii sau ale altor persoane publice care au distribuit clipul denotă o atitudine misogină și încurajează discriminarea împotriva femeilor.

9. Clipul ilustrează un raport inegal de putere între cei doi protagoniști, prin atitudinea pe care reclamatul o afișează în timpul spotului față de partenera sa, lovind-o pe aceasta peste frunte, în timpul unui act intim cu conotații sexuale, pentru că aceasta nu înțelege că i-a cerut, de fapt, sticla de vin.

10. În România, una din patru femei a fost agresată fizic sau sexual de partener sau de fostul partener. În primele 6 luni ale anului 2021, polițiștii au intervenit în 28.477 de cazuri de violență în familie, iar 36 de persoane au fost ucise ca urmare a violenței domestice. Astfel, comportamentele discriminatorii ca cele din clipul publicitar menționat, promovate în spațiul public de formatori de imagine, nu fac altceva decât să nominalizeze violența sexuală, să îi încurajeze pe agresori și să le descurajeze pe victimele domestice. Petenta susține faptul că prin publicarea spotului publicitar sunt încălcate prevederile art. 6 alin.1 și art. 19 alin. 1 și 2 din Legea nr. 202/2002 privind egalitatea de șanse între femei și bărbați.

11. Petenta solicită constatarea faptei de discriminare pe criteriul de sex:

- sancționarea reclamatului;

- solicită retragerea clipului din spațiul public și publicarea pe social media de către reclamat a rezumatului hotărârii emise de către CNCD.

12. Ca mijloc de probă a indicat linkul unde poate fi vizionat videoclipul integral, respectiv

Sușinerile reclamatului

13. Prin adresa nr. 1089 din 11.02.2022 (fila 27 – 33 la dosar) reclamatul solicită Consiliului să respingă ca neîntemeiată petiția pentru următoarele aspecte:

- **reclamatul este cunoscut publicului din România ca urmare a activității de actor, comediant, scriitor iar, mai recent, ca antreprenor în scopuri caritabile. Întreaga carieră este datorată și eforturilor realizate de femeile din familia sa, care au avut o contribuție covârșitoare în creșterea și educarea sa și față de care are un deosebit respect;**

- în calitate de antreprenor, reclamatul a dezvoltat conceptul „Jurnalul unui Burlac”, același concept a fost utilizat și în cadrul volumului „Conversații cu mama”, redactat de către reclamat împreună cu mama sa, pentru care toate încasările au fost donate integral pentru scopuri caritabile;

- **promovarea vinului „Jurnalul unui Burlac” s-a realizat și prin intermediul unei reclame ce a fost concepută dintr-un joc de cuvinte, bazat pe un comic verbal și de situație în care personajele au fost jucate de către reclamat și actriță de naționalitate română;**

- **reclama a fost gândită și mai apoi filmată în vederea creării unui joc artistic și de cuvinte; reclamatul nu a urmărit nicio clipă lezarea drepturilor femeilor, degradarea sau umilirea acestora;**

- se poate observa din conținutul videoclipului de promovare faptul că reclamatul a folosit verbul din limba engleză „coming” (în traducere „vin” de la verbul „a veni”) pentru a face o analogie cu substantivul din limba română vin (băutură alcoolică), produsul pe care trebuia să îl promoveze prin acea reclamă;

- cuvântul “vin” poate fi folosit în funcție de context cu sensuri diferite, fiind un cuvânt polisemantic.

14. **Prin adresa nr. 2105 din 22.03.2022, reclamatul susține faptul că este relevant de reținut că pretinsa faptă a fost comisă în cadrul unei reclame al cărui scop era în mod evident unul pur artistic, în care cele două personaje sunt jucate de actori care în viața privată sunt buni prieteni.** Publicitatea, reclamele comerciale și alte forme de discurs comercial sunt acte artistice și sunt protejate de libertatea de exprimare în temeiul art. 10 din Convenția Europeană a Drepturilor Omului.

IV. Motivele de fapt și de drept

15. În soluționarea prezentei sesizări constatăm 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 O.G. 137/2000 privind prevenirea și sancționarea tuturor formelor de discriminare (în continuare O.G. 137/2000);

- art. 19, art. 37 din Legea nr. 202 din 19 aprilie 2002 republicată privind egalitatea de șanse și de tratament între femei și bărbați.

16. Colegiul director reține că este mai mult decât evident că fapta a fost săvârșită în public, astfel cum prevede art. 15 din O.G. 137/2000, clipul video a fost răspândit atât pe mai multe site-uri de socializare cât și pe platforma YouTube.

17. Prin Decizia nr. 4546 din data de 27 noiembrie 2016, ICCJ a statuat că pagina de socializare Facebook este „spațiu public”, în sensul că mesajele postate sunt considerate a fi transmise în public.

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

19. 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

20. Prima cerință, cea a existenței unei prevederi legale, care să reglementeze ingerința statului în exercitarea dreptului libertății de exprimare, creație este îndeplinită de art. 2 alin. (1) coroborat cu art. 15 din O.G. 137/2000. Totuși, apreciem că aceste texte de lege trebuie coroborat cu art. 2. alin. (8) din O.G. 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

21. Raportat la scopul legitim urmărit prin posibila ingerință a statului în libertatea de exprimare, creație se urmărește protejarea demnității umane a tuturor persoanelor de gen feminine.

22. Pentru a se produce o atingere, încălcare a demnității umane, ca drept constituțional protejat, clipul video care ilustrează o reclamă publicitară la un produs ce aparține reclamatului, obiect al prezentei petiții, trebuie să întrunească următoarele elemente:

-un comportament manifestat în public, având caracter de propagandă sau de instigare la ură,

-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 convingerile acestora, potrivit art. 2 alin.(1) coroborat cu art. 15 din O.G. 137/2000, republicată.

23. 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

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

25. 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.)

26. În conformitate cu principiul subsidiarității, statele membre dispun de o „margine 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 presante”. Marginea de apreciere se va stabili potrivit standardelor minime ale CEDO. (vezi Handyside c. Regatul Unit par. 48 și par. 49).

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

27. În scopul de a determina dacă substraturile clipului video promovat de partea reclamată, obiect al prezentei sesizări constituie instigare la ură pe criteriu de gen, Colegiul urmând a examina: obiectivul urmărit de reclamat, conținutul declarațiilor, contextul în care au avut loc, rolul în societate al persoanelor, autorul afirmației.

Obiectivul urmărit de către reclamat

28. Obiectivul urmărit de către reclamat este important:

- a dori să informeze publicul cu privire la un subiect, informație de interes public?
- a avut intenția de a discrimina persoanele de sex feminin? Sau
- a urmărit doar un mesaj de „amuzament”, fără a realiza conotațiile reale ale gestului?

29. Colegiul director constată că, deși este greu de crezut că partea reclamată nu a realizat conținutul peiorativ, înjositor și instigator al clipului de promovare, proba săvârșirii faptei cu intenție nu are relevanță în calificarea și constatarea faptei de discriminare, potrivit art. 2 alin. (1) și art. 15 din O.G. 137/2000.

30. Astfel, potrivit art. 2 alin. (1) definește ca fiind discriminare orice faptă care are „ca scop sau efect” încălcarea unui drept prevăzut de lege, deci include atât intenția, cât și culpa ca forme ale vinovăției.

31. Prevederile articolului 15 din O.G. nr.137/2000 sancționează două categorii de fapte și anume:

- propagandă naționalist-șovină, de instigare la ură rasială sau națională (teza I) și apoi
- comportamentul care are ca scop sau vizează atingerea demnității ori crearea unei atmosfere de intimidare, ostile, degradante, umilitoare sau ofensatoare, îndreptat împotriva unei persoane, unui grup de persoane sau unei comunități și legat de apartenența acestora la o anumită rasă, naționalitate, etnie, religie, categorie socială sau la o categorie defavorizată ori de convingerile, sexul sau orientarea sexuală a acestuia (teza II).

32. Distincția între cele două categorii de fapte este fundamentală, fiind de subliniat că:

- dacă propaganda naționalist-șovină ori instigarea la ură rasială sau națională presupune intenția, cea de a doua categorie de fapte prohibite de articolul sus citat nu presupune demonstrarea intenției autorului, concluzie ce rezultă explicit din formularea textului normativ- comportamentul care are ca scop sau vizează (...)"

33. Distincția din art. 15 din O.G. 137/2000, califică drept neîntemeiată apărarea părții reclamate, conform căreia nu a urmărit nicidecum să creeze o atmosferă degradantă sau umilitoare față de persoanele de sex feminin, ci a fost un mesaj de „amuzament”, cât timp fapta sancționată de teza a doua din art.15 al OG nr.137/2000 nu presupune că autorul acesteia a urmărit producerea consecințelor arătate, fiind suficient ca mesajul în sine să fie susceptibil de a conduce la atare rezultat. Or, clipul supus atenției are potențialul pericolului de instigare la ură națională ori de comportament care are ca scop sau vizează atingerea demnității ori crearea unei atmosfere de intimidare, ostile, degradante, umilitoare sau ofensatoare la adresa persoanelor de sex feminin.

34. De aceea, lipsa efectului negativ al afirmației sancționate este irelevantă, subliniind Colegiul director că incriminarea faptei prevăzute de art.15 din O.G. nr.137/2000 are „în vedere potențialul pericolului generat de propaganda naționalist șovină, instigarea la ură rasială sau națională ori de comportamentul care are ca scop sau vizează atingerea demnității ori crearea unei atmosfere de intimidare, ostile, degradante, umilitoare sau ofensatoare, ceea ce face inutilă dovedirea unei urmări efective a conduitei incriminate. Este de observat că dispozițiile O.G. nr.137/2000 disting explicit situațiile în care urmarea efectivă a comportamentului discriminatoriu are valențe juridice, exemplificative fiind prevederile art. 2 alin. (1) care sancționează tratamentul diferențiat dacă a avut ca scop afectarea exercițiului sau lipsirea de substanță a drepturilor și libertăților protejate în condiții de egalitate sau, dimpotrivă, nu a avut acest scop dar efectul tratamentului constă tocmai în afectarea exercițiului sau în lipsirea de substanță a drepturilor și libertăților protejate; dispozițiile art. 2 alin.(3), alin. (4), alin. (5); art. 6-11, respectiv art. 14 din Ordonanță instituie contravenții de rezultat.”

35. Contravenția sancționată de art.15 teza II din O.G. nr.137/2000 „nu este una de rezultat, ci una de pericol, astfel că pentru a fi consumată nu este necesară producerea efectivă și procedural vorbind, dovada rezultatului vătămător, fiind evident că omisiunea legiuitorului de a condiționa caracterul contravențional al unei asemenea fapte de o urmare efectivă este firească, dat fiind caracterul, în primul rând preventiv, al legislației în materia combaterii discriminării pe criteriul de gen.”

36. Cu privire la apărările invocate de partea reclamată, cum că acest clip de

promovare a vinului „Jurnalul unui Burlac” a fost creat dintr-un joc de cuvinte nu subzistă întrucât; pertinent punctat de petentă, femeile sunt supuse zilnic la tratamente degradante, ostile, violență fizică și verbal, astfel fiind prejudiciată demnitatea și onoarea femeii.

37. Conform unui raport publicat la 19 februarie de Agenția pentru Drepturi Fundamentale a Uniunii Europene (FRA), majoritatea femeilor se tem de hărțuire și de agresiunea fizică sau sexuală. Una din trei românce în vârstă de peste 15 ani sunt victime ale violenței fizice sau sexuale la un moment dat în viață. Statistic, una din patru femei din România au suferit acte de violență din partea partenerului.

(https://fra.europa.eu/sites/default/files/fra_uploads/fra-2021-crime-safety-victims_rights_en.pdf)

Conținutul declarațiilor și contextul în care a fost emis mesajul

38. Partea reclamată a promovat printr-un clip video marca de vinuri „Jurnalul unui Burlac” care are drept protagoniști o persoană de sex masculin și una de sex feminin care sub forma unui joc de teatru pun în scenă un act intim cu conotații sexuale. Replicile uzitate au fost „vin”, „**Dă-mi un pic de vin că ai mâna lângă sticlă**”.

39. În lateral se afla o sticlă de vin, pe care reclamatul i-o solicită femeii, aplicându-i o palmă peste frunte, într-un sens peiorativ de „netoat-o”. Contextul a fost în sensul în care se dorea promovarea unei mărci de vin.

40. Colegiul director constată caracterul instigator al mesajului, ce rezultă din următoarele considerente:

- mesajul prezent în video promovează prejudecăți față de persoanele de sex feminin, prejudecăți ce sunt manifestate puternic în societatea din România. Astfel, suntem în prezența unei atitudini:
 - ostile sau negative față de persoanele de sex feminine;
 - care se fundamentează pe gesturi neacceptate;
- un mesaj, un comportament manifestat într-un sens peiorativ este atunci când:
 - este bazat pe o gândire care neagă egalitatea de gen, sau
 - are efect de a submina egalitatea.

41. Videoclipul prezentat nu poate fi catalogat într-un sens de glumă întrucât conținutul mesajului este redus la o singură trăsătură : subminarea femeii. Întrebarea firească ar fi dacă această imagine creată persoanelor de sex feminin era necesară în contextul în care există numeroase prejudecăți la adresa femeilor. Astfel, Colegiul nu poate decât să constate faptul că în prezența cauză s-a depășit sfera caracterului „amuzant”, așa cum sugerează reclamatul.

Modul în care au fost făcute afirmațiile

42. Colegiul director urmează a analiza modul în care au fost prezentate faptele reclamate.

43. Întreg mesajul a fost prezentat printr-un clip video care a fost răspândit atât pe site-uri de socializare cât și pe platforma YouTube.

Rolul în societate a persoanei, autor al afirmațiilor

44. Partea reclamată, în calitate de formator de opinie, actor de teatru și de film, scriitor, are o vizibilitate răspândită în România, fiind prezent în numeroase emisiuni TV. Ori, raportându-ne la pregătirea acestuia și notorietatea de care se bucură, este de natură îndoielnică faptul că nu a preîntâmpinat o reacție adversă a populației.

45. Din perspectiva analizei limitelor libertății de exprimare, rolul, poziția autorului declarației supusă controlului este determinantă.

46. Având în vedere conținutul, contextul, obiectivul urmărit de reclamat, rolul în societate a persoanei, autor al afirmațiilor, Colegiul director constată că se justifică necesitatea ingerinței statului în libertatea de exprimare. Prin urmare, Colegiul director constată că în speță nu se poate admite invocarea libertății de exprimare, în sensul în care fapta s-ar încadra în limitele acesteia.

47. În decizia sa, Colegiul director se raportează și la faptul că, în perioada 2018-2022, au fost emise 54 de hotărâri care au reclamat criteriul de gen și în domeniul demnității personale. În 24 dintre situații, Colegiul director a constatat existența faptelor de discriminare. (jurisprudență / Hot. 166/2022, Hot. 560/2022, Hot. 721/2021).

48. În consecință, fapta reprezintă discriminare, întrucât crează o deosebire pe bază de sex (gen) care are ca efect restrângerea recunoașterii, folosinței și exercitării, în condiții de egalitate, a dreptului la demnitate.

49. Mesajul transmis nu este protejat prin art. 10 al Convenției europene a drepturilor omului, având în vedere faptul că ofensează în mod gratuit, reprezintă o ingerință în drepturile femeilor și nu contribuie la o dezbatere publică capabilă de a duce la un progres al relațiilor umane (pct. 25, lit. c). O reclamă la un vin poate fi realizat și fără un mesaj misogin. O grijă particulară trebuie manifestată față de promovarea violenței. Respectarea demnității umane constituie fundamentul democrației și societății pluraliste, prin urmare este necesar ca în societățile democratice să se sancționeze sau chiar să se prevină orice formă expresii care justifică promovarea intoleranței. Comportamentul reclamatului în clipul analizat promovează un cadru degradant, umilitor față de femei, ceea ce formează bazele intoleranței. Se poate invoca necesitatea restrângerii libertății de exprimare în situația în care există o nevoie publică urgentă. Situația femeilor în România, violența față de ele creează o nevoie publică urgentă pentru a nu promova agresiunea.

50. Pe de o parte un spot publicitar nu reprezintă artă, pe de altă parte și în domeniul artistic pot exista restricții conform jurisprudenței CEDO (a se vedea cauza MÜLLER împotriva ELVEȚIEI, nr. 10737/84, 24 mai 1988).

51. Colegiul director aplică sancțiunea cu amendă contravențională în cuantum de 10.000 lei.

52. La stabilirea cuantumului sancțiunii amenzii contravenționale, Colegiul director are în vedere următoarele aspecte: obiectivul urmărit de către partea reclamată, conținutul, contextul, rolul acestuia în societate. Astfel:

- fapta a avut un impact major în societate având în vedere că a fost săvârșită prin publicarea unui spot publicitar;
- discriminarea a vizat un grup de persoane de sex feminin, considerate un grup vulnerabil;
- partea reclamată este formator de opinie;

53. Toate aspectele prezentate se circumscriu unor circumstanțe agravante ce justifică un quantum al amenzii substanțial mai mare în raport cu efectele generate în societate.

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 modificările și completările ulterioare cu un nr. de 5 voturi pentru aplicarea amenzii contravenționale de 10.000 lei, 1 (un) vot pentru amendă contravențională de 20.000 lei, 1 (un) vot pentru amendă contravențională de 5.000 lei, un vot pentru amendă contravențională de 3.000 lei ale membrilor prezenți la ședință,

COLEGIUL DIRECTOR HOTĂRĂȘTE:

1. Faptele supuse analizei întrunesc elementele constitutive ale unei fapte de discriminare potrivit prevederilor art. 2 alin. (1) și art. 15 din O.G. nr. 137/2000 republicată și ale art. 37 alin. (1) din Legea nr. 202/2002 republicată privind egalitatea de șanse și de tratament între femei și bărbați;

2. Sancționarea părții reclamate, cu amendă contravențională în quantum de 10.000 (zece mii lei), potrivit art. 26 alin.(1) și art. 2 alin (11) din O.G nr.137/2000, cu modificările și completările ulterioare;

3. Câte o copie a prezentei hotărâri se va comunica părților.

VI. Modalitatea de plată a amenzii:

Partea reclamată, va achita amenda contravențională la Direcția de Taxe și Impozite a sectorului 3 București, conform Ordonanței nr. 2/2001 privind regimul juridic al contravențiilor. Contravenientul este obligat să trimită dovada plății amenzii către Consiliul Național pentru Combaterea Discriminării (cu specificarea numărului de dosar).

VII. 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 O.G. 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:

ASZTALOS CSABA FERENC – Membru

BABUȘ RADU – Membru

BĂNICĂ CERASELA CLAUDIA – Membru

GRAMA HORIA – Membru

JURA CRISTIAN – Membru

MOȚA MARIA – Membru

OLTEANU CĂTĂLINA – Membru

POPA CLAUDIA SORINA – Membru

**Motivat/redactat: P.C.S./F.V./ H.I. (pct. 31-38); A.C.F (pct.15-53)
Data: 17.11.2022**

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, republicată, și a Legii 554/2004 a contenciosului administrativ, constituie de drept titlu executoriu.