

Hotărârea CNCD privind privind mesaje discriminatorii la adresa persoanelor cu dizabilități

Hotărârea nr. 509/26.11.2012

Dosar nr.: 433/2012

Petiția nr.: 4925/10.10.2012

Petentă: Federația pentru Drepturi și Resurse pentru Persoanele cu Tulburări în Spectrul Autist - FEDRA

Reclamată: SC S. SRL

Obiect: campanie publicitară ce conține mesaje discriminatorii la adresa persoanelor cu dizabilități

I. Numele, domiciliul sau reședința părților

I.1. Numele, domiciliul, reședința sau sediul petentei

I.1.1. Federația pentru Drepturi și Resurse pentru Persoanele cu Tulburări în Spectrul Autist - FEDRA, cu sediul în Baia Mare, str. 22 Decembrie, jud. Maramureș

I.2. Numele, domiciliul, reședința sau sediul reclamatei

I.2.1. SC S. SRL, cu sediul în Tunari, Calea București, nr. 83-85, jud Ilfov.

II. Descrierea presupusei fapte de discriminare

2.1. Petenta sesizează Consiliul cu privire la mesajele transmise prin campania publicitară Secom, mesaje ce aduc atingere gravă demnității persoanelor cu dizabilități. Dintre mesajesele în cauză se menționează cu tilu de exemplu următoarele: „Urăște-ți băiețelul, urăște-i autismul și Urăște-ți tatăl, urăște-i Alzheimerul”.

III. Procedura de citare

3.1. În temeiul art. 20 alin. (4) din O.G. nr.137/2000 privind prevenirea și sancționarea tuturor formelor de discriminare, cu modificările și completările ulterioare, republicată, s-a îndeplinit procedura de citare.

3.2. Prin adresa nr. 4925/26.10.2012 și adresa nr. 5247/26.10.2012 au fost citate părțile pentru termenul stabilit de Consiliu, la data de 8.11.2012.

3.3. Procedura de citare a fost legal îndeplinită.

3.4. La termen părțile au fost prezente.

IV. Susținerile părților

4.1 Susținerile petentei

4.1.1. Prin plângerea înregistrată cu nr. 4925/10.10.2012, petenta susține că reclamata desfășoară, atât în mediul online, cât și în farmacii și spații publice, campania denumită generic „Urăște”.

Astfel, arată că mesajele „Urăște-ți băiețelul, urăște-i autismul și Urăște-ți tatăl, urăște-i Alzheimerul” transmise prin campania publicitară Secom aduc atingere gravă demnității persoanelor cu dizabilități.

4.1.2. De asemenea, petenta susține că mesajele în cauză aduc atingere demnității și familiilor persoanelor care suferă de autism, Alzheimer etc.

4.1.3. În drept, petenta invocă prevederile art. 2 alin. (4) și art. 15 din O.G. nr. 137/2000, republicată.

4.2 Susținerile reclamatei

4.2.1. Reclamata susține că petenta își întemeiază și motivează plângerea pe citarea incompletă a două dintre mesajele campaniei. Ambele mesaje citate, „Urăște-ți băiețelul, urăște-i autismul și Urăște-ți tatăl, urăște-i Alzheimerul”, se continuă cu explicații suplimentare, evidente în machetele de presă.

Mai exact mesajele complete au fost următoarele: „Urăște-ți băiețelul care nu e ca ceilalți băieței. Urăște-ți băiețelul care nu te lasă să-l iei în brațe. Urăște-ți băiețelul care nu e în stare să se plimbe cu tine în parc. Urăște partea din el care îl face așa. Sub masca acesta este un copil frumos, care vrea să îți spună mai multe, dar nu poate. Poți să-l aduci mai aproape prin multă muncă, grijă și iubire. Grăbește-te, fiecare zi e importantă. Ajută-ți băiețelul să devină fiul pe care ți l-ai dorit dintotdeauna, cu Neuro Optimizer”.

„Urăște-ți tatăl care nu mai știe că-ți plac cireșele. Urăște-ți tatăl ce nu mai știe care este echipa ta de fotbal preferată. Urăște-ți tatăl care nu mai are povești noi de spus. Urăște-l, pentru că acesta nu este tatăl tău. Este doar boala care încet, încet și puțin câte puțin, ia chipul lui. Boala care poate fi învinsă prin grija și iubirea ta. Grăbește-te , fiecare zi e importantă. Adu-ți tatăl adevărat înapoi cu Neuro Optimizer”.

4.2.2. Conceptul campaniei s-a bazat pe faptul că problemele de ordin psihomental deteriorează individul, îi afectează personalitatea și felul în care interacționează cu ceilalți, de aceea, persoana pe care prietenii și familia o cunosc și o iubesc dispare încet-încet, acaparată de boala care ține individul prizonier.

4.2.3. Reclamata mai arată că sesizarea a fost depusă în data de 10 octombrie, adică la 10 zile de la debutul campaniei. Astfel, campania pentru produsul Neuro Optimizer, de fapt „iubește-i.ro, doneză un euro” a fost gândită ca o campanie neconvențională pentru piața suplimentelor alimentare și a vizat doi pași. Prima parte a fost construită pe tema „ura față de boală”, în niciun caz nu a fost un îndemn la ura față de bolnav, iar a doua parte a campaniei se construiește pe ideea de iubire.

În acest sens, se atașează la dosar comunicatul de presă trimis în data de 1 octombrie în care se anunță lansarea site-ului *www.uraste.ro*. Titlul comunicatului, preluat ca atare de presă este următorul: „*urăște.ro*, urăște boala celor dragi ție!”.

Primul pas a constat într-o campanie de teasing prin care s-a dorit mobilizarea cât mai multor persoane în dezbateri, pasul doi al campaniei, revealingul, a constat în a-i invita pe toți cei care au dezbătut despre afecțiunile în cauză, să doneze un euro, direct în contul asociațiilor care susțin persoanele afectate de autism, Alzheimer, ADHD etc.

4.2.4. Având în vedere cele de mai sus, reclamata susține că nu a instigat la ură față de nicio persoană și nici nu a promovat ideea că ura față de copil este normală, intenția a fost ca folosind un mesaj puternic să atragă atenția asupra situațiilor limită cu care se confruntă persoanele care-i îngrijesc pe cei afectați de aceste boli și să sensibilizeze opinia publică.

V. Motivele de fapt și de drept

5.1. În fapt, Colegiul director reține: partea reclamată a inițiat, în luna octombrie a anului 2012, o campanie de marketing și comunicare pentru promovarea suplimentului alimentar „Neuro Optimizer”, un supliment adjuvant pentru dezvoltarea și îmbunătățirea funcțiilor cerebrale, recomandat persoanelor care suferă de autism, Alzheimer, ADHD, Parkinson, respectiv probleme de memorie și atenție. Campania s-a desfășurat în public, prin afișarea mesajelor pe panourile publicitare, în farmacii prin afișe și informări, respectiv pe internet printr-un clip publicitar și printr-un site având denumirea de www.uraste.ro.

Campania a avut următorul conținut:

- „Urăște-ți băiețelul care nu e ca ceilalți băieței. Urăște-ți băiețelul care nu te lasă să-l iei în brațe. Urăște-ți băiețelul care nu e în stare să se plimbe cu tine în parc. Urăște partea din el care îl face așa. Sub masca acesta este un copil frumos, care vrea să îți spună mai multe, dar nu poate. Poți să-l aduci mai aproape prin multă muncă, grijă și iubire. Grăbește-te, fiecare zi e importantă. Ajută-ți băiețelul să devină fiul pe care ți l-ai dorit dintotdeauna, cu Neuro Optimizer”.

- „Urăște-ți tatăl care nu mai știe că-ți plac cireșele. Urăște-ți tatăl ce nu mai știe care este echipa ta de fotbal preferată. Urăște-ți tatăl care nu mai are povești noi de spus. Urăște-l, pentru că acesta nu este tatăl tău. Este doar boala care încet, încet și puțin câte puțin, ia chipul lui. Boala care poate fi învinsă prin grija și iubirea ta. Grăbește-te, fiecare zi e importantă. Adu-ți tatăl adevărat înapoi cu Neuro Optimizer”.

Campania este concepută prin utilizarea imaginii unor persoane aflate în suferință, fie imaginea unei femei, mame care are un băiat autist, fie imaginea unui tată presupus a suferi de Alzheimer. Mesajul scos în evidență prin caracterele utilizate, respectiv prin așezarea în pagină este: „URĂȘTE-ȚI BĂIEȚELUL!”, respectiv „URĂȘTE-ȚI TATĂL!”. De asemenea, cu aceleași caractere, în partea de jos a afișului, apare și mesajul „URĂȘTE-I AUTISMUL!” și „URĂȘTE-I ALZHEIMERUL!”. Cuvântul-cheie evidențiat prin repetare și mod utilizare în campanie este „URĂȘTE” (a se vedea site internet www.uraste.ro).

5.2. Colegiul director este chemat să analizeze conținutul campaniei, obiect al petiției, din perspectiva respectării dreptului la demnitate umană și a principiului nediscriminării a persoanelor cu dizabilități și a celor care suferă de o boală cronică necontagioasă. De asemenea, se analizează posibilitatea încălcării dreptului la demnitate a familiei, aparținătorilor persoanelor cu dizabilități și a celor care suferă de o boală cronică necontagioasă, din perspectiva unei discriminări prin asociere.

Colegiul director analizează fapta săvârșită de reclamat sub aspectul îndeplinirii condițiilor prevăzute de:

- art. 2 alin. (1) în coroborare cu art. 15 din O.G. nr. 137/2000 privind prevenirea și sancționarea tuturor formelor de discriminare, republicată;

- respectiv sub aspectul respectării dreptului la demnitate prevăzut de art. 1 alin. (3) din Constituția României și a protecției persoanelor cu dizabilități stipulată în art. 50 din Constituția României. Astfel, art. 1 alin. (3) din Constituția României consacră demnitatea omului ca fiind una dintre „valorile supreme” „garantate” ale statului de drept.

- respectarea art. 3 lit. a) și lit. h) din Convenția ONU privind Drepturile persoanelor cu dizabilități ratificată prin Legea 221/2010. Astfel, art. 3 lit. a) consacră ca principiu general al Convenției „respectarea demnității inalienabile” a persoanelor cu dizabilități iar la lit. h) al aceluiași articol se prevede: „respectul pentru capacitățile de evoluție ale copiilor cu dizabilități și respectul pentru dreptul copiilor cu dizabilități de a-și păstra propria identitate”;

- respectarea art. 1 din Convenția ONU privind Drepturile persoanelor cu dizabilități ratificată prin Legea 221/2010, care prevede că „scopul prezentei Convenții este de a promova, proteja și asigura exercitarea deplină și în condiții de egalitate a tuturor drepturilor și libertăților fundamentale ale omului de către toate persoanele cu dizabilități și de a promova respectul pentru demnitatea lor intrinsecă”.

5.3. Se consideră, că are loc o discriminare directă atunci când o persoană este tratată mai puțin favorabil decât a fost sau ar fi o altă persoană, într-o situație comparabilă, pe baza unui criteriu protejat de lege, în acest caz criteriul de dizabilitate.

Potrivit art. 2 alin. (1) din O.G. nr. 137/2000 prin discriminare se înțelege orice deosebire, excludere, restricție sau preferință, pe baza unui criteriu protejat care are ca scop sau efect restrângerea ori înlăturarea recunoașterii, folosinței sau exercitării, în condiții de egalitate a drepturilor omului și a libertăților fundamentale ori a drepturilor recunoscute de lege.

Potrivit art. 15 din O.G. nr. 137/2000, prin care se protejează demnitatea umană, constituie discriminare și se sancționează instigarea la ură pe un criteriu protejat, ori acel comportament care are ca scop sau vizează atingerea demnității umane ori crearea unei atmosfere de intimidare, ostile degradante, umilitoare sau ofensatoare, îndreptat împotriva unui grup de persoane și legat de apartenența acestora la o categorie defavorizată sau la un grup identificat printr-un criteriu protejat de lege.

5.4. În speța de față, fapta de tratament diferențiat s-a exprimat prin campania publicitară de promovare suplimentului alimentar „Neuro Optimizer”, un adjuvant pentru dezvoltarea și îmbunătățirea funcțiilor cerebrale, recomandat persoanelor care suferă de autism, Alzheimer, ADHD, Parkinson, respectiv probleme de memorie și atenție. Diferența rezultă din modalitatea de concepere a campaniei, din conținutul mesajului, care îndeamnă la adoptarea unui comportament de ură față de persoanele care suferă de afecțiunile în cauză.

Criteriul protejat, pe baza căruia a avut loc fapta de diferențiere, este cel al persoanelor cu dizabilități. În România, dizabilitatea este definită legal prin art. 2 alin. (1) din Legea nr. 448/2006 privind protecția și promovarea persoanelor cu handicap, republicată, după cum urmează: „persoanele cu handicap, în înțelesul prezentei legi, sunt acele persoane cărora, datorită unor afecțiuni fizice, mentale sau senzoriale, le lipsesc abilitățile de a desfășura în mod normal activități cotidiene, necesitând măsuri de protecție în sprijinul recuperării, integrării și incluziunii sociale.”

Putem să observăm că, legea cadru din România adoptă o definiție a acestei categorii vulnerabile, utilizând noțiunea de „handicap”, desemnând astfel situația în care o persoană este expusă pierderii sau limitării posibilității de a lua parte la viața comunității în condiții de egalitate cu ceilalți.

O.G. nr. 137/2000, respectiv Convenția pentru protecția persoanelor cu dizabilități, utilizează termenul de „dizabilitate” pentru a desemna „acele persoane care au deficiențe fizice, mentale, intelectuale sau senzoriale de durată, deficiențe care, în interacțiune cu diverse bariere, pot îngreuna participarea deplină și efectivă a persoanelor în societate, în condiții de egalitate cu ceilalți (art. 1, teza a doua din Convenție)”.

Cele două termene sunt complementare, cel de „dizabilitate” tinde să fie utilizat pentru a desemna dizabilitatea dintr-o perspectivă medicală, pe când termenul de „handicap” se referă la aspectele sociale ale dizabilității. Optăm pentru utilizarea termenului de dizabilitate în sens inclusiv. Raportat la speța de față, apreciem că în măsura în care o afecțiune nu constituie o boală cronică necontagioasă (în sensul de criteriu protejat), aceasta devine o dizabilitate în funcție de durata, caracterul sau severitatea afecțiunii. Categoriile vizate prin campania de promovare a suplimentului alimentar au fost persoanele cu afecțiuni mentale, respectiv

famiiliile acestora, criteriul protejat în discuție este cel al persoanelor cu dizabilități, respectiv și cel al celor ce suferă de o boală cronică necontagioasă.

Persoanele cu dizabilități sau afecțiuni mentale constituie o categorie vulnerabilă și defavorizată în România, potrivit studiilor sociologice, sunt cele mai marginalizate persoane după persoanele cu orientare homosexuală. (Sondaj de opinie – Percepții și atitudini privind discriminarea în România – TNT CSOP – 2012 – a se vedea pe http://www.cncd.org.ro/files/file/Raport%20de%20cercetare%20CNCD_Discriminare.pdf).

5.5. În speța de față nu este necesar testul comparației, în sensul în care criteriul de dizabilitate nu suportă comparația cu alte grupuri de persoane, sub aspectul art. 15 din OG nr. 137/2000. Astfel, în acest caz, o persoană cu dizabilități nu poate fi comparată din perspectiva unui tratament mai puțin favorabil decât a fost sau ar fi o altă persoană. Nu are relevanță dacă partea reclamată ar fi folosit tehnici de campanie similare în cazul altor persoane. Persoanele cu dizabilități constituie un grup defavorizat și vulnerabil, care din cauza caracteristicilor grupului nu suportă comparație din perspectiva dreptului la demnitate umană.

Ca și starea de sarcină, dizabilitatea, în practică, nu necesită testul comparației ca element al discriminării. Comparatorul poate fi real („este tratată”) ori poate fi ipotetic („sau ar trata”), dar trebuie să fie de așa natură încât circumstanțele relevante în cazul unuia sunt aceleași sau nu diferă semnificativ în cazul celuilalt. În situația în care există o diferență semnificativă între circumstanțele victimei și circumstanțele comparatorului, definiția legală nu se aplică. În speța de față, circumstanțele persoanelor cu dizabilități sau afecțiuni mentale, respectiv cele ale familiilor acestora sunt semnificativ diferite, decât circumstanțele oricărui alte grup sau persoane din societatea care ar fi luate în rolul de comparator ipotetic.

Raportat la victima discriminării se poate utiliza cel mult un comparator ipotetic. Comparatorul ipotetic poate fi construit pe baza unui standard minim ideal, în acest caz conduita cerută pentru respectarea demnității umane. Ce comportament ar fi constituit un tratament standard, rezonabil în circumstanțele speței? Care ar fi fost conținutul unei campanii normale, standard, rezonabile având ca grup țintă alte persoane (dintr-un alt grup vulnerabil sau nu) decât cele din prezenta speță? În cazul oricărui alt grup, orice campanie publicitară trebuie să se fie în litera și spiritul dreptului la demnitate umană, adică a respectului față de om. Mai mult, atunci când o campanie are ca grup țintă persoane vulnerabile, promotorul campaniei trebuie să manifeste o atenție mai accentuată în procesul de creație și implementare a campaniei, obligație rezultată din caracteristicile grupului țintă, grup vulnerabil.

Dreptul încălcat este cel al demnității umane. Demnitatea umană este consacrată și protejată ca o valoare supremă în România, stat de drept, prin art. 1 alin. (3) din Constituția României din 2003. Demnitatea umană este protejată și prin art. 15 din O.G. nr. 137/2000.

Demnitatea umană alături de libertate constituie cele două obiective pentru care drepturile fundamentale ale omului au fost impuse, consacrate.

Demnitatea reprezintă acea valoare absolută, inerentă ființei umane, în virtutea căreia aceasta este îndreptățită să pretindă respect din partea celorlalți și este obligată, la rândul ei, să îl acorde. „Acționează astfel încât să tratezi umanitatea – în persoana ta sau a celuilalt – întotdeauna ca un scop, și niciodată ca un mijloc” (a se vedea Immanuel Kant, filozof german). Demnitatea umană constituie o valoare intrinsecă a ființei umane, stă la temelia drepturilor sale civile și politice. Din perspectiva demnității umane, valoarea existențială a ființei umane nu constituie o simplă justificare a drepturilor fundamentale, ea îndreptățește pe titular la respect, acesta din urmă nefiind doar un simplu argument, ci și o obligație.

Demnitatea întemeiată pe respect constituie temei dar și scop pentru drepturile fundamentale.

5.6. Raportat la speța de față, persoanele care suferă de autism, Alzheimer, ADHD, Parkinson, respectiv cele care au probleme de memorie și atenție cu afecțiuni au dreptul la respect, adică dreptul la demnitate umană, indiferent de starea lor fizică, psihică sau socială. Dreptul la demnitate umană constituie o valoare absolută, inerentă ființei umane, adică ea trebuie recunoscută și respectată indiferent de starea fizică, psihică sau socială a omului. Constituie un drept care există dincolo de orice condiție a omului.

Indiferent de dificultățile prin care trec persoanele care suferă de autism, Alzheimer, ADHD, Parkinson, respectiv probleme de memorie și atenție aceștia au dreptul la demnitate umană, respect din partea oricărei alte persoane din societate. Familiile și aparținătorii acestor persoane au dreptul la respect, au dreptul la demnitate umană, nu trebuie să fie ținta marginalizării, culpabilizării și ostracizării sociale din cauza faptului că au în îngrijire persoane care suferă de afecțiunile în cauză. Din această perspectivă, suntem în prezența unei discriminări directe prin asociere.

Nu se poate admite culpabilizarea persoanelor care suferă de autism, Alzheimer, ADHD, Parkinson, respectiv probleme de memorie și atenție sau a familiilor acestora pe motiv că nu urmează un tratament sau altul sau din cauza afecțiunii lor. Tratamentele nu garantează prevenția apariției afecțiunii, ameliorarea acesteia sau însănătoșirea.

Cuvântul cheie în campania supusă analizei este cuvântul „URĂȘTE!”. Indiferent că îndemnul se adresează împotriva persoanelor care suferă sau împotriva bolii, acest îndemn constituie o incitare la ură pe criteriul de dizabilitate în sens larg. „Boala” este strâns legată de persoana celui care suferă de astfel de afecțiuni, ca atare, la nivelul percepției nu se poate realiza o diferențiere între persoana suferindă și diagnosticul în cauză.

Îndemnul creează și sentimentul de culpabilizare a familiei persoanei cu dizabilitate mentală în sens larg.

Persoanele care suferă de autism, Alzheimer, ADHD, Parkinson, respectiv probleme de memorie și atenție au dreptul și nevoia de respect, atenție, înțelegere și afecțiune pentru a putea gestiona suferința, și nu de ură.

Familiile acestor persoanelor care suferă de autism, Alzheimer, ADHD, Parkinson, respectiv probleme de memorie și atenție, au dreptul și necesitatea de a fi respectate și nu expuse în societate unei percepții negative, de marginalizare și ostracizare. Ura față de o persoană suferindă, ura față de o boală a stat la baza concepțiilor fasciste și naziste, care au condus la soluții de exterminare a persoanelor cu dizabilități sau cu afecțiuni mentale.

5.7. Conținutul și mesajul campaniei constituie o discriminare directă, prin care se încalcă dreptul la demnitate umană a persoanelor cu dizabilități/afecțiuni mentale și a familiilor acestora. Prin mesajul transmis s-a creat o atmosferă ostilă, degradantă, umilitoare, ofensatoare și lipsită de respect față de persoanele cu dizabilități/afecțiuni mentale și a familiilor acestora, astfel cum prevede art. 15 din O.G. nr. 137/2000.

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.

Libertatea de exprimare nu este un drept absolut și comportă limitări în situații expres prevăzute de lege. În acest sens, este relevantă practica Curții Drepturilor Omului de la Strasbourg în aplicarea art. 14 din Convenția europeană a drepturilor omului. Necesitatea oricărei restricții privitoare la exercițiul libertății de exprimare trebuie să fie stabilită de o

manieră convingătoare, iar autorității naționale îi revine atributul evaluării existenței unei „nevoi sociale imperioase”, susceptibile de o anumită marjă de apreciere¹.

5.8. În speța de față, constatăm că s-a depășit limita libertății de exprimare prin campania publicitară de promovare a suplimentului alimentar „Neuro Optimizer”, un adjuvant pentru dezvoltarea și îmbunătățirea funcțiilor cerebrale, recomandat persoanelor care suferă de autism, Alzheimer, ADHD, Parkinson, respectiv probleme de memorie și atenție.

În condițiile în care, persoanele care suferă de autism, Alzheimer, ADHD, Parkinson, probleme de memorie și atenție, respectiv familiile acestora, constituie un grup vulnerabil în România, supus marginalizării și discriminării în societate, există o „nevoie socială imperioasă” de a interveni și a sancționa faptele de discriminare prin care s-a încălcat dreptul la demnitate umană a acestui grup de persoane.

Prin acceptarea argumentului nedepășirii limitei libertății de exprimare în acest caz, am asista la o deturnare a art. 10 din Convenția drepturilor și libertăților fundamentale ale omului de la vocația sa, utilizând dreptul părții reclamate la libertatea de exprimare în scopuri contrare Convenției, care ar putea contribui la distrugerea drepturilor și libertăților garantate de Convenție.

În acest caz reclamata nu se poate prevala de dreptul la libertatea de exprimare.

5.9. În stabilirea cuantumului sancțiunii amenzii contravenționale s-a avut în vedere gravitatea fetei, pericolul social ridicat al acestuia, în sensul în care campania publicitară de promovare a suplimentului alimentar „Neuro Optimizer”, un adjuvant pentru dezvoltarea și îmbunătățirea funcțiilor cerebrale, recomandat persoanelor care suferă de autism, Alzheimer, ADHD, Parkinson, respectiv probleme de memorie și atenție a avut o vizibilitate și un efect pronunțat în societate, a stârnit reacții de condamnare publică, respectiv dezbateri. Nu are relevanță faptul că partea reclamată ulterior lansării campaniei și a reacțiilor negative din societate a trecut la o a doua etapă a campaniei în care a promovat un mesaj „iubește-î.ro, donează un euro”, efectul negativ al primei părți a campaniei, caracterizat prin mesajul „URĂȘTE” a fost creat.

Constatăm că, partea reclamată în intenția sa de a promova un produs a utilizat în exces tehnicile de publicitate și de vânzare, săvârșind astfel fapte de discriminare prin încălcarea demnității umane a persoanelor cu dizabilități și afecțiuni mentale, respectiv a aparținătorilor acestora.

6.0. În temeiul celor mai sus, Colegiul director constată că s-au îndeplinit condițiile prevederilor art. 2 alin. (1) coroborat cu art. 15 din O.G. nr. 137/2000 privind prevenirea și sancționarea tuturor formelor de discriminare.

Față de cele de mai sus, în temeiul art. 20. alin. (2) din O.G. nr. 137/2000 privind prevenirea și sancționarea tuturor formelor de discriminare, cu modificările și completările ulterioare, cu unanimitate,

¹ *Corenliu Bârsan*, Convenția europeană a drepturilor omului, Comentariu pe articole, vol. I, Ed. All Beck, București, 2005, p. 801.

COLEGIUL DIRECTOR HOTĂRĂȘTE:

1. Aspectele sesizate intră sub incidența prevederilor art. 2 alin. (1) și art. 15 din O.G. nr. 137/2000 privind prevenirea și sancționarea tuturor formelor de discriminare, republicată;
2. Sancționarea reclamatului cu amendă contravențională în valoare de 8.000 lei potrivit art. 2 alin. (11) și art. 26 alin. (1) din O.G. nr. 137/2000 coroborat cu art. 8 din O.G. nr. 2/2001 privind regimul juridic al contravențiilor, cu modificările și completările ulterioare;
3. O copie a hotărârii se va transmite părților.

VI. Modalitatea de plată a amenzii

6.1. Amenda contravențională se va plăti la Direcția Generală de Finanțe Publice Ilfov.

Membrii Colegiului director prezenți la ședință: Asztalos Csaba Ferenc, Bertzi Theodora, Cazacu Ioana, Haller István, Jura, Cristian, Lazăr Maria, Stanciu Claudia, Vasile Alexandru