

**CONSILIUL INTERINSTITUȚIONAL
ÎN DOMENIUL COMBATERII CONCURENȚEI NELOIALE**

**Ministerul Finanțelor
Consiliul Concurenței
Consiliul Național al Audiovizualului
Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor
Oficiul de Stat pentru Invenții și Mărci
Oficiul Român pentru Drepturile de Autor**

**RAPORT ANUAL 2021
privind implementarea legislației cu impact relevant
în menținerea unei piețe concurențiale loiale**

Preambul

Prezentul Raport se constituie în temeiul prevederilor art. 8² din Legea nr. 11/1991 privind combaterea concurenței neloiale, cu modificările și completările ulterioare¹ (denumită în continuare Legea nr. 11/1991), precum și ale prevederilor art. 5 lit. d) din HG nr. 162/2016 privind organizarea și funcționarea Consiliului interinstituțional în domeniul combaterii concurenței neloiale².

Înființarea Consiliului Interinstituțional a fost stabilită conform prevederilor art. 8¹ alin. (1) din Legea nr. 11/1991, acesta fiind un organism nepermanent, fără personalitate juridică, constituit în vederea definirii și implementării politicilor publice în domeniul combaterii concurenței neloiale, compus din reprezentanți ai următoarelor autorități:

- 1. Ministerul Finanțelor** - organ de specialitate al administrației publice centrale care asigură protecția comercianților împotriva publicității înșelătoare și publicității comparative, conform art. 4-6 din Legea nr. 158/2008 privind publicitatea înșelătoare și publicitatea comparativă, republicată;
- 2. Consiliul Concurenței** - autoritate administrativă autonomă în domeniul concurenței care asigură protecția întreprinderilor împotriva practicilor de concurență neloială, în limita competențelor încredințate prin Legea nr. 11/1991 privind combaterea concurenței neloiale, cu modificările și completările ulterioare;
- 3. Consiliul Național al Audiovizualului** - autoritate publică autonomă care asigură protejarea intereselor colective ale publicului în domeniul serviciilor audiovizuale, potrivit prevederilor art. 10 din Legea audiovizualului nr. 504/2002, cu modificările și completările ulterioare;

¹ art. 8² din Legea nr. 11/1991 privind combaterea concurenței neloiale, cu completările și modificările ulterioare: „*anual, Consiliul interinstituțional în domeniul combaterii concurenței neloiale va emite un raport asupra implementării legislației în domeniul combaterii concurenței neloiale, care va fi înaintat Guvernului prin grija Ministerului Finanțelor Publice*”;

² Art. 5 lit. d) din HG nr. 162/2016 privind organizarea și funcționarea Consiliului interinstituțional în domeniul combaterii concurenței neloiale: „*Consiliul interinstituțional are următoarele atribuții: elaborează raportul anual privind implementarea legislației cu impact relevant în menținerea unei piețe concurențiale loiale pentru anul precedent, care va fi înaintat Guvernului prin grija Ministerului Finanțelor Publice, până la data de 30 iunie a anului următor. Raportul va cuprinde o sinteză a principalelor acțiuni ale instituțiilor ce desfășoară activități în domeniile specifice cu impact relevant în menținerea unei piețe concurențiale loiale și, după caz, propuneri privind îmbunătățirea politicilor publice în domeniu*”;

4. Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorului - organ de specialitate al administrației publice centrale cu atribuții în domeniul protejării intereselor economice ale consumatorilor, care asigură protecția acestora, conform art. 10 - 15 din Legea nr. 363/2007 privind combaterea practicilor incorecte ale comercianților în relația cu consumatorii și armonizarea reglementărilor cu legislația europeană privind protecția consumatorilor, cu modificările și completările ulterioare și de asemenea, asigură protecția consumatorilor în cazul încălcării dispozițiilor privind publicitatea comparativă, conform art. 7 alin. (2) din Legea nr. 158/2008 privind publicitatea înșelătoare și publicitatea comparativă, republicată;

5. Oficiul de Stat pentru Invenții și Mărci - autoritate unică pe teritoriul României în asigurarea protecției proprietății industriale care îndeplinește în temeiul art. 3 pct. 10 din HG nr. 573/1998 privind organizarea și funcționarea Oficiului de Stat pentru Invenții și Mărci, cu modificările și completările ulterioare, atribuții în domeniul proprietății industriale, care decurg din dispozițiile legale în vigoare și din acordurile internaționale la care România este parte;

6. Oficiul Român pentru Drepturile de Autor - autoritate unică de reglementare, evidență prin registre naționale, supraveghere, autorizare, arbitraj și constatare tehnico-științifică, care îndeplinește atribuții în domeniul drepturilor de autor și al drepturilor conexe, în conformitate cu prevederile Legii nr. 8/1996 privind dreptul de autor și drepturile conexe, cu modificările și completările ulterioare, precum și cu alte dispoziții legale în vigoare și acorduri internaționale la care România este parte.

Instituțiile enumerate anterior au fost identificate ca având atribuții relevante în domeniile specifice de activitate, cu impact în menținerea unei piețe concurențiale loiale, dobândind astfel calitatea de membri în cadrul Consiliului interinstituțional în domeniul combaterii concurenței neloiale, coordonat de către Ministerul Finanțelor Publice.

Scopul principal al constituirii Consiliului interinstituțional în domeniul combaterii concurenței neloiale îl reprezintă consolidarea expertizei și concentrarea acțiunilor tuturor instituțiilor statului cu atribuții în domenii specifice, cu impact relevant pentru îndeplinirea dezideratului comun al Uniunii Europene, acela de realizare și menținere a unei piețe concurențiale loiale, prin îmbunătățirea politicilor publice în domeniul combaterii concurenței neloiale.

1. Aspecte principale în domeniu - Ministerul Finanțelor

A. Baza legală

În implementarea legislației cu impact relevant în menținerea unei piețe concurențiale loiale, Ministerul Finanțelor³ aplică prevederile Legii nr. 158/2008 privind publicitatea înșelătoare și publicitatea comparativă, republicată⁴ (denumită în continuare Legea nr. 158/2008), coroborate cu prevederile Legii prevenirii nr. 270/2017 și ale pct. 54⁵ din Anexa nr. 1 la H.G. nr. 33/2018 privind stabilirea contravențiilor ce intră sub incidența Legii prevenirii nr. 270/2017, precum și a modelului planului de remediere.

Scopul Legii nr. 158/2008 este de a asigura „*protecția comercianților împotriva publicității înșelătoare și a consecințelor defavorabile ale acesteia, precum și stabilirea condițiilor în care publicitatea comparativă este permisă*”, cu aplicabilitate asupra conținutului

³ prin Direcția generală ajutor de stat;

⁴ transpune prevederile Directivei nr. 2006/114/CE a Parlamentului European și a Consiliului Uniunii Europene din 12 decembrie 2006 privind publicitatea înșelătoare și comparativă;

⁵ „54. Art. 10 alin. (1) și art. 13 alin. (1) din Legea nr. 158/2008 privind publicitatea înșelătoare și publicitatea comparativă, republicată...”;

materialelor și mesajelor publicitare, oricare ar fi mijlocul de comunicare ce face posibil transferul informației, inclusiv comunicațiilor audiovizuale comerciale difuzate în cadrul serviciilor de programe audiovizuale, cărora le sunt aplicabile, totodată, și prevederile Legii audiovizualului nr. 504/2002, cu modificările și completările ulterioare, precum și normele de reglementare emise în aplicarea acesteia.

Publicitatea reprezintă, în sensul legii, orice formă de prezentare a unei activități comerciale, industriale, artizanale sau liberale, în scopul promovării vânzării de bunuri ori servicii, inclusiv bunuri imobile, drepturi și obligații.

Publicitatea înșelătoare reprezintă publicitatea care, în orice mod, inclusiv prin modul de prezentare, induce sau poate induce în eroare persoanele cărora i se adresează ori care iau contact cu aceasta și care, din cauza caracterului înșelător, poate afecta comportamentul economic al acestora sau care, din acest motiv, prejudiciază ori poate prejudicia un concurent.

Publicitatea comparativă este definită de lege ca fiind publicitatea care identifică în mod explicit sau implicit un concurent ori bunuri ori servicii oferite de acesta.

Scopul Legii prevenirii nr. 270/2017 este de a reglementa o serie de instrumente care să asigure prevenirea săvârșirii de contravenții.

Planul de remediere este anexa la procesul-verbal de constatare a contravenției și de aplicare a sancțiunii încheiat în condițiile prevăzute la art. 4, prin care agentul constatat stabilăște măsuri și un termen de remediere.

Măsura de remediere reprezintă orice măsură dispusă de agentul constatat în planul de remediere care are ca finalitate îndeplinirea de către contravenient a obligațiilor prevăzute de lege în sarcina sa.

Ministerul Finanțelor⁶, la sesizarea comercianților, a asociațiilor ori organizațiilor care au un interes legitim, sau la sesizarea din oficiu, constată încălcarea dispozițiilor prevăzute la art. 4 și 6 din Legea nr. 158/2008.

În cazul constatării săvârșirii unei contravenții prevăzute de Legea nr. 158/2008 sunt incidente prevederile art. 4 din Legea prevenirii nr. 270/2017, situație în care agentul constatat încheie un proces-verbal de constatare a contravenției prin care se aplică sancțiunea avertismentului, la care anexează un plan de remediere.

Precizăm că, în situația în care, în cursul derulării controlului, contravenientul își îndeplinește obligația legală, precum și în cazul în care contravenția săvârșită nu este continuă, nu se întocmește un plan de remediere.

În cazul în care se constată neîndeplinirea de către contravenient a obligațiilor legale stabilite prin planul de remediere sau săvârșirea de către contravenient a aceleiași/alteii contravenții în termen de 3 ani de la aplicarea sancțiunii, conform art. 9 din Legea prevenirii nr. 270/2017 sunt incidente prevederile Legii nr. 158/2008, respectiv:

a) sancțiune principală: amenda contravențională (cu limite valorice între 3.000 - 30.000, respectiv 6.000 - 60.000 lei) și, după caz;

b) sancțiuni/măsuri complementare, astfel:

- încetarea publicității înșelătoare sau a publicității comparative ilegale;

⁶ Prin D.G.R.F.P. teritoriale cu atribuții de constatare și sancționare a contravențiilor prevăzute la art. 4 și 6 din Legea nr. 158/2008;

- **publicarea** procesului-verbal de constatare și sancționare a contravenției necontestat sau a hotărârii judecătorești (în cazul în care a existat o plângere împotriva procesului-verbal), integral sau în extras;

- **publicarea** unei declarații rectificative de către comerciantul contravenient, atât prin intermediul unui ziar de largă circulație, cât și prin intermediul mijlocului de comunicare folosit pentru difuzarea anunțului publicitar interzis.

B. Atribuțiile Ministerului Finanțelor

În vederea asigurării protecției comercianților împotriva publicității înșelătoare și publicității comparative ilegale, dar și în ceea ce privește domeniul combaterii și stopării faptelor de publicitate înșelătoare și de publicitate comparativă interzisă, potrivit prevederilor art. 4-6 din Legea nr. 158/2008 și a Regulamentului de Organizare și Funcționare, Ministerul Finanțelor, prin Direcția Generală Ajutor de Stat - Serviciul analiză, programare și coordonare metodologică are, următoarele atribuții:

- asigură îndrumarea metodologică a structurilor specializate din cadrul Direcțiilor generale regionale ale finanțelor publice, în vederea soluționării sesizărilor/autosesizărilor referitoare la fapte de publicitate înșelătoare și comparativă interzisă prevăzute de Legea nr. 158/2008;

- elaborează strategii/programe de verificare în domeniul de aplicare a Legii nr. 158/2008, în vederea combaterii și stopării faptelor de publicitate înșelătoare și publicitate comparativă interzisă.

În exercitarea acestor atribuții, Ministerul Finanțelor a elaborat Revizia 2 a Procedurii operaționale „Soluționarea sesizărilor în temeiul Legii nr. 158/2008 privind publicitatea înșelătoare și publicitatea comparativă, republicată” PO-23.04, Ediția II, care a fost aprobată prin O.M.F.P. nr. 2149/04.06.2018. PO-23.04 facilitează modul de soluționare a sesizărilor/autosesizărilor urmare modificărilor legislative instituite de prevederile Legii prevenirii nr. 270/2017 și ale pct. 54⁷ din Anexa nr. 1 la H.G. nr. 33/2018 privind stabilirea contravențiilor care intră sub incidența Legii prevenirii nr. 270/2017, precum și a modelului planului de remediere.

Soluționarea sesizărilor⁸/autosesizărilor referitoare la fapte de publicitate este realizată de către structurile specializate de ajutor de stat, practici neloiale și prețuri reglementate din cadrul Direcțiilor generale regionale ale finanțelor publice, în baza Procedurii operaționale „Soluționarea sesizărilor în temeiul Legii nr. 158/2008 privind publicitatea înșelătoare și publicitatea comparativă, republicată” PO-23.04, Ediția II, elaborată de Direcția generală ajutor de stat și sub îndrumarea metodologică a acesteia din urmă.

C. Programul de verificare privind posibile fapte de publicitate înșelătoare și publicitate comparativă interzisă, pentru anul 2021

În vederea stopării faptelor de publicitate înșelătoare și comparativă interzisă, a fost elaborat **Programul de verificare privind posibile fapte de publicitate înșelătoare și publicitate comparativă interzisă**, prevăzute de Legea nr. 158/2008, pentru anul 2021, programul fiind transmis structurilor specializate de ajutor de stat, practici neloiale și prețuri reglementate din cadrul D.G.R.F.P. pentru a fi pus în aplicare.

⁷ "54. Art. 10 alin. (1) și art. 13 alin. (1) din Legea nr. 158/2008 privind publicitatea înșelătoare și publicitatea comparativă, republicată...";

⁸ Sesizarea faptelor de publicitate se poate face în scris, către Direcțiile generale regionale ale finanțelor publice, sau prin intermediul Formularului de sesizare on line postat pe site-ul M.F.P. la adresa www.mfinante.ro, la rubrica "Agenți economici" - "Publicitate înșelătoare";

Scopul acestui program este de **identificare a posibilelor fapte** de publicitate înșelătoare și publicitate comparativă interzisă, **de informare** a comercianților privind consecințele nerespectării prevederilor Legii nr. 158/2008, precum și **de prevenire** a săvârșirii unor asemenea fapte. Pentru punerea în aplicare a acestui program au fost implicate compartimentele specializate de ajutor de stat, practici neloiale și prețuri reglementate din cadrul D.G.R.F.P.

Principalele deziderate/etape ale verificării au fost următoarele:

Identificarea mesajelor publicitare utilizate de societăți	<ul style="list-style-type: none"> • Verificarea campaniilor publicitare on-line • Monitorizarea presei • Verificarea pe teren, la fața locului, a panourilor publicitare/bannerelor, broșurilor, pliantelor
Autosesizarea în cazul identificării posibilelor fapte de publicitate înșelătoare și publicitate comparativă interzisă	<ul style="list-style-type: none"> • Conform prevederilor legale în vigoare

În vederea asigurării unui caracter de prevenție a acestui program, precum și în scopul informării societăților, a fost distribuit un material de informare, care este înmănat reprezentanților comercianților, cu ocazia verificării la fața locului.

Programul de verificare privind posibile fapte de publicitate înșelătoare și publicitate comparativă interzisă pentru anul 2021, a avut ca scop identificarea și verificarea societăților care își desfășoară activitatea în domeniile incluse în program, aflate în baza de date a D.G.R.F.P., după codul CAEN, și ordonarea lor în funcție de cifra de afaceri, respectiv:

Perioada	Domeniile de activitate incluse în programul de verificare
Semestrul I 2021	<ul style="list-style-type: none"> - CAEN 3102 - Fabricarea de mobilă pentru bucătării - CAEN 4277 - Comerț cu amănuntul al cărnii și al produselor din carne, în magazine specializate - CAEN 4764 - Comerț cu amănuntul al echipamentelor sportive, în magazine specializate - CAEN 4765 - Comerț cu amănuntul al jocurilor și jucăriilor, în magazine specializate - CAEN 4771 - Comerț cu amănuntul al îmbrăcăminte, în magazine specializate - CAEN 4772 - Comerț cu amănuntul al încălțăminte și articolelor din piele, în magazine specializate
Semestrul II 2021	<ul style="list-style-type: none"> - CAEN 4776 - Comerț cu amănuntul al florilor, plantelor și semințelor; comerț cu amănuntul al animalelor de companie și a hranei pentru acestea, în magazine - CAEN 4791 - Comerț cu amănuntul prin intermediul caselor de comenzi sau prin Internet - CAEN 5621 - Activități de alimentație (catering) pentru evenimente - CAEN 5629 - Alte servicii de alimentație n.c.a. - CAEN 8121 - Activități generale de curățenie a clădirilor - CAEN 9601 - Spălarea și curățarea (uscată) articolelor textile și a produselor din blană

În anul 2021, la nivel național, au fost supuse verificării un număr de 12.694 de societăți, selectate în ordine descrescătoare a cifrei de afaceri, care s-au încadrat în lista CAEN-urilor mai sus menționate.

În scopul atingerii dezideratelor „Programului de verificare privind posibile fapte de publicitate înșelătoare și publicitate comparativă interzisă pentru anul 2021”, a fost difuzat materialului informativ „Atribuțiile MF și ale structurilor teritoriale în prevenirea, constatarea și sancționarea faptelor de publicitate înșelătoare și publicitate comparativă ilegală”, acțiune ce a condus la reducerea semnificativă a cazurilor de încălcare a prevederilor Legii nr. 158/2008 și, implicit, la menținerea unui mediu concurențial loial.

D - Acțiuni propuse pentru anul 2022

1. *Continuarea programului de verificare a societăților în vederea identificării posibilelor fapte de publicitate înșelătoare și publicitate comparativă interzisă.*

Astfel, pentru anul 2022 se vor desfășura acțiuni de verificare a societăților care au ca activitate principală:

Perioada	Domeniile de activitate incluse în programul de verificare
Semestrul I 2022	<ul style="list-style-type: none"> - CAEN 1051 - Fabricarea produselor lactate și a brânzeturilor - CAEN 1071 - Fabricarea pâinii; fabricarea prajiturilor și a produselor proaspete de patiserie - CAEN 3109 - Fabricarea de mobila n.c.a. - CAEN 4322 - Lucrări de instalații sanitare, de încălzire și de aer condiționat - CAEN 4652 - Comerț cu ridicata de componente și echipamente electronice și de telecomunicații - CAEN 4721 - Comerț cu amănuntul al fructelor și legumelor proaspete, în magazine specializate - CAEN 9313 - Activități ale centrelor de fitness
Semestrul II 2021	<ul style="list-style-type: none"> - CAEN 4724 - Comerț cu amănuntul al pâinii, produselor de patiserie și produselor zaharoase, în magazine specializate - CAEN 4754 - Comerț cu amănuntul al articolelor și aparatelor electrocasnice, în magazine specializate - CAEN 4932 - Transporturi cu taxiuri - CAEN 5320 - Alte activități poștale și de curier - CAEN 5829 - Activități de editare a altor produse software - CAEN 7410 - Activități de design specializat

2. *Continuarea acțiunilor de informare a societăților care fac parte din program, prin distribuirea, la momentul verificării, a materialului de informare cu privire la scopul Legii nr. 158/2008, modul de identificare și sesizare a încălcărilor prevederilor acestei legi și sancțiunile aplicabile, precum și diseminarea prevederilor Legii prevenirii nr. 270/2017.*

3. Publicarea pe site-ul Ministerului Finanțelor, la adresa <https://mfinante.gov.ro/ro/web/site> - Domenii - Publicitate înșelătoare, a prezentului raport și actualizarea datelor și informațiilor prevăzute la art. 3 din Legea prevenirii nr. 270/2017.

2. Aspecte principale în domeniu - Consiliul Concurenței

Potrivit prevederilor Legii nr.11/1991, concurența neloială definește acele practici comerciale ale întreprinderii care contravin uzanțelor cinstite și principiului bunei-credințe și care produc sau sunt apte să producă pagube oricărui participant la piață. Conform normei generale, întreprinderile au obligația să acționeze respectând regulile general recunoscute care se aplică în relațiile comerciale dintre acestea, în scopul prevenirii încălcării drepturilor lor legitime, în conformitate cu principiul general al bunei-credințe și cu prevederile actului normativ menționat.

În contextul în care, în materia combaterii concurenței neloiale, prevalează răspunderea civilă (întrucât practicile care îi aduc atingere vizează, în general, interese individuale), rolul Consiliului Concurenței este acela de a interveni în situațiile în care practicile care aduc atingere concurenței loiale pot avea un impact semnificativ asupra mediului economic în ansamblu și în care poate fi vizat un interes public, astfel încât să opereze răspunderea contravențională. În acest sens, autoritatea de concurență decide doar cu privire la practicile care au ca scop sau ca efect afectarea concurenților, respectiv a capacității acestora de acțiune, de natură să aducă atingere bunei funcționări a piețelor și să producă sau să poată produce pagube oricărui participant la piață.

În acord cu competențele stabilite prin prevederile Legii nr. 11/1991, în anul 2021, Consiliul Concurenței a gestionat un număr de 62 de sesizări având ca obiect posibile practici de concurență neloială, acestea vizând, în principal, următoarele piețe/sectoare: comerț (produse alimentare, bauturi alcoolice și tutun, piese auto, dispozitive și consumabile medicale, piese de schimb pentru mașini și echipamente industriale, produse chimice, producția și distribuția de GPL, producția de software, construcții navale și servicii (de pază, monitor schi, medicale, publicitare, taximetrie, servicii financiare nebancale, transport rutier de persoane, reparații/întreținere a vehiculelor rutiere, comisionare vamală, cofură și înfrumusețare, plasare forță de muncă, distribuție gaze naturale, distribuție și comercializare produse petroliere, telecomunicații, securitate, sănătate în muncă și situații de urgență).

Potrivit tipurilor de practici de concurență neloială incidente Legii nr.11/1991, sesizările vizând piețele/sectoarele anterior menționate, adresate Consiliului Concurenței, au fost reprezentate procentual astfel:

27% cazuri au vizat practica de concurență neloială referitoare la denigrarea unui competitor sau a produselor/serviciilor sale (art. 2 alin. (2) lit. a) din Legea nr. 11/1991 privind combaterea concurenței neloiale)⁹;

- *38% cazuri au vizat practica de concurență neloială referitoare la deturnarea clientelei unei întreprinderi, prin folosirea secretului comercial (art. 2 alin. (2) lit. b) din Legea nr. 11/1991 privind combaterea concurenței neloiale)¹⁰;*

- *35% cazuri s-au referit la orice alte practici comerciale care contravin uzanțelor cinstite și principiului general al bunei credințe, producând sau putând produce pagube*

⁹ „denigrarea unui competitor sau a produselor/serviciilor sale, realizată prin comunicarea ori răspândirea de către o întreprindere sau reprezentantul/angajatul său de informații care nu corespund realității despre activitatea unui concurent sau despre produsele acestuia, de natură să îi lezeze interesele”;

¹⁰ „deturnarea clientelei unei întreprinderi de către un fost sau actual salariat/reprezentant al său ori de către orice altă persoană prin folosirea unor secrete comerciale, pentru care respectiva întreprindere a luat măsuri rezonabile de asigurare a protecției acestora și a căror dezvăluire poate dăuna intereselor acelei întreprinderi”;

*oricăror participanți la piață (art. 2 alin. (2) lit. c) din Legea nr. 11/1991 privind combaterea concurenței neloiale)*¹¹.

În trei dintre situațiile supuse atenției autorității de concurență, ce au vizat piața comercializării en-detail de GPL în butelii de aragaz pentru consumatorii casnici, piața serviciilor monitor ski și piața serviciilor de distribuție și comercializare de produse petroliere au fost deschise cercetări aprofundate, întrucât, potrivit cadrului legal aplicabil, efectele acestor practice de concurență neloială au fost apreciate ca nefiind minore, putând avea impact semnificativ. Astfel, în cadrul cercetărilor aprofundate, Consiliul Concurenței realizează, cu ajutorul instrumentelor investigative (inspecții inopinate, cereri de date, declarații, interviuri) o analiză detaliată, informațiile fiind ulterior coroborate în cuprinsul unei note de concluzii supusă dezbaterii Comisiei desemnate în domeniul concurenței neloiale. Aceasta poate adopta, potrivit legii, una dintre următoarele decizii:

- decizie de constatare a săvârșirii unor practici de concurență neloială și de aplicare a amenzii contravenționale;
- decizie de constatare a săvârșirii unor practici de concurență, de aplicare a amenzii contravenționale și a măsurii de interzicere a practicii de concurență neloială;
- decizie de constatare a săvârșirii unor practici de concurență neloială și de aplicare a măsurii de interzicere a practicii de concurență neloială;
- decizie de încetare a practicilor de concurență neloială pe perioada derulării cercetării aprofundate.

Cazurile în care autoritatea de concurență a decis deschiderea unor cercetări aprofundate s-au soluționat după cum urmează:

➤ **Cercetare aprofundată privind posibila încălcare a prevederilor art. 2 alin (2) lit. a) din Legea 11/1991 de către întreprinderea Total Group Vimar SRL - întreprinderea Domarom Star SRL** a formulat o sesizare privind posibila încălcare a prevederilor art. 2 alin. (2) lit. a) și c) din Legea nr. 11/1991 de către întreprinderea Total Group Vimar SRL pe piața comercializării en - detail de GPL în butelii de aragaz. Au fost avute în vedere acțiunile întreprinse de către întreprinderea Total Group Vimar SRL, prin reprezentanții/angajații săi, având ca obiect răspândirea unor informații care nu corespund realității despre activitatea și produsele întreprinderii Domarom Star SRL, precum și discreditarea activității acesteia manifestată prin înlocuirea/modificarea/înlăturarea prețului de vânzare afișat pentru produsul GPL în butelii aragaz, de natură să îi afecteze activitatea/imaginea, cu încălcarea uzanțelor cinstite și a principiului general al bunei-credințe, în măsură să îi producă pagube.

Analiza efectuată a relevat faptul că informațiile privind starea întreprinderii Domarom Star SRL și a angajaților săi, precum și cele referitoare la calitatea/caracteristicile produsului GPL aragaz în butelii comunicate de către întreprinderea Total Group Vimar SRL nu corespund realității și, prin urmare, îndeplinesc condițiile cumulative ale practicii de concurență neloială prevăzute la art. 2 alin. (2) lit. a) din Legea nr. 11/1991. Cu privire la acțiunile întreprinderii Total Group Vimar SRL, referitoare la înlocuirea/modificarea/înlăturarea/mutarea prețului de vânzare afișat de către Domarom Star SRL pentru produsul GPL aragaz în butelii amplasat în centrele de depozitare, analiza realizată nu a evidențiat existența unei practici de concurență neloială săvârșite de către întreprinderea Total Group Vimar SRL care să contravină uzanțelor cinstite și principiului general al bunei-credințe, în măsură să producă pagube întreprinderii Domarom Star SRL. În

¹¹ "orice alte practici comerciale care contravin uzanțelor cinstite și principiului general al bunei-credințe și care produc sau pot produce pagube oricăror participanți la piață";

consecință, pentru încălcarea art. 2 alin. (2) lit. a) din Legea nr. 11/1991, prin Decizia Consiliului Concurenței nr. 44/2021, autoritatea de concurență a decis sancționarea întreprinderii Total Group Vimar SRL cu o amendă în cuantum de 5000 lei.

➤ **Cercetare aprofundată având ca obiect posibila încălcare a prevederilor art. 2 alin. (2) lit. a) și b) din Legea nr. 11/1991 de către întreprinderea Axetim Rom SRL și persoana fizică Andrei Izabela Alexandra** - Autoritatea de concurență a fost sesizată de către întreprinderea Artoil SRL cu privire la posibile fapte de concurență neloială săvârșite de către întreprinderea Axetim Rom SRL și persoana fizică Andrei Izabela Alexandra, ce a avut calitatea de fostă angajată a întreprinderii reclamante, pe piața distribuției și comercializării produselor petroliere. Astfel, a fost avută în vedere deturnarea a cel puțin unui client al întreprinderii Artoil SRL de către fosta sa angajată în beneficiul noului său angajator, respectiv a întreprinderii Axetim Rom SRL, prin folosirea informațiilor referitoare, în principal, la portofoliul de clienți, informații calificate ca fiind secret comercial prin intermediul unor clauze exprese cuprinse în contractul individual de muncă și protejate în consecință la nivelul întreprinderii prin măsuri specifice. Practicile de concurență neloială analizate au condus la afectarea activității economice a întreprinderii reclamante, fiind astfel incidente prevederilor art. 2 alin. (2) lit. b) din Legea nr. 11/1991, în acest caz fiind aplicate, prin decizia Consiliului Concurenței nr. 81/2021, următoarele sancțiuni: pentru întreprinderea Axetim Rm SRL amendă în cuantum de 5000 lei, pentru persoana fizică Andrei Izabela Alexandra amendă în cuantum de 5000 lei. În ceea ce privește prezumtiva acțiune de denigrare, analiza realizată nu a evidențiat existența unei practici de concurență neloială săvârșite de către părțile implicate.

➤ **Cercetare aprofundată având ca obiect posibila încălcare a prevederilor art. 2 alin. (2) lit. a) din Legea nr. 11/1991 de către întreprinderea Eden Ski Va SRL**. Trifan Janin Nicolae Intreprindere Individuală, prin titularul Trifan Janin Nicolae, a formulat o sesizare privind posibila încălcare a prevederilor art. 2 alin. (2) lit. a) din Legea nr. 11/1991 de către întreprinderea Eden Ski Va SRL pe piața serviciilor de monitor ski. Astfel, au fost aduse în atenția autorității de concurență și constatate acțiunile dnei. Andreea Vâtea, asociat unic și administrator al întreprinderii, ce a postat pe site-ul www.edenski.ro un articol ce conținea informații cu caracter denigrator la adresa întreprinderii R&J Ski School, ce aparține Trifan Janin Nicolae Intreprindere Individuală. Ca atare, prin Decizia nr. 3/2021, Consiliul Concurenței a decis sancționarea întreprinderii Eden Ski Va SRL, cu amendă în cuantum de 5000 lei.

Totodată, în cursul anului 2021, autoritatea de concurență a asigurat atât reprezentarea în cadrul Consiliului Interinstituțional în domeniul combaterii concurenței neloiale, cât și lucrările secretariatului, în cadrul căruia au fost organizate cele două întâlniri semestriale ale entității, schimburile de corespondență, inclusiv elaborarea raportului anual al entității anterior menționate, pe baza contribuțiilor transmise de către autoritățile și instituțiile ce fac parte din aceasta.

De asemenea, Consiliul Concurenței se află în proces de amendare a cadrului legal în domeniul combaterii concurenței neloiale ce intră în competența sa, întrucât practica de soluționare a faptelor de concurență neloială din ultimii ani a identificat o serie de aspecte ce au reclamat o reglementare suplimentară, în sensul clarificării și completării textului de lege, atât din perspectivă procedurală, cât și din perspectiva explicitării câmpului contravențional.

3. Aspecte principale în domeniu - Oficiul de Stat pentru Invenții și Mărci

Deși contextul creat ca urmare a restricțiilor impuse de pandemia Covid-19 nu a fost unul favorabil pentru realizarea acțiunilor de promovare a protecției proprietății industriale, specialiștii OSIM au fost și în anul 2021 implicați în acțiuni de diseminare a informațiilor privind domeniul proprietății industriale, participând la seminare, conferințe, saloane, târguri și expoziții de profil. OSIM prețuiește relațiile de cooperare cu organizațiile de proprietate intelectuală internațională, având o implicare activă, pe parcursul anului 2021, la toate întrunirile desfășurate la Oficiul European de Brevete (OEB), Oficiul Uniunii Europene pentru Proprietate Intelectuală (EUIPO), Organizația Mondială a Proprietății Intelectuale (OMPI).

În anul 2021 a continuat activitatea de pregătire a specialiștilor din cadrul oficiilor naționale prin cursurile și seminarele organizate de Oficiul European de Brevete (OEB), ca parte componentă a activității de cooperare între cele două instituții.

OSIM, în calitate de partener al Oficiului Uniunii Europene pentru Proprietate Intelectuală (EUIPO), a susținut și a promovat Fondul pentru IMM-uri "*Ideas Powered for Business SME Fund*", destinat întreprinderilor care doresc să-și dezvolte strategiile de proprietate intelectuală și să-și protejeze drepturile rezultate în urma acestor demersuri, la nivel național și european.

Obiectivele generale ale instituției au fost stabilite după cum urmează:

1. respectarea, realizarea și menținerea la cel mai înalt nivel a sistemului integrat control intern managerial - managementul calității, care să întrunească cerințele Ordinului Secretariatului General al Guvernului nr. 600/2018 și ale standardului ISO 9001/2015;

2. creșterea calității activităților instituției prin angajarea întregului personal, având ca scop principal asigurarea unei protecții uniforme a drepturilor de proprietate industrială (DPI), armonizarea unor aspecte specifice DPI, prin crearea unui sistem unic privind acordarea titlurilor de protecție; asigurarea de resurse umane calificate și mijloace tehnice care să răspundă cerințelor actuale în domeniu;

3. susținerea inovării, competitivității și a profitabilității ca factor de creștere economică, cu respectarea reglementărilor legale în domeniul proprietății industriale, astfel încât organizația OSIM să poată fi considerată un ansamblu de procese orientate spre solicitanți și alte părți interesate de proprietate industrială (PI);

4. creșterea și îmbunătățirea continuă a nivelului de reprezentare a României la nivel european și internațional, prin implicarea OSIM în procesul decizional privind colaborarea, respectarea și ducerea la îndeplinire a programelor PI cu organisme naționale și internaționale din domeniul proprietății industriale.

În anul 2021:

- au fost eliberate 13.077 de titluri de protecție mărci, dintre care 8.114 de certificate de înregistrare a mărcilor, 4.930 de certificate de reînnoire și 33 duplicate ale certificatelor de marcă;
- au fost acordate 397 de brevete de invenție;
- au fost eliberate 56 de certificate de model de utilitate;
- au fost eliberate 28 de certificate suplimentare de protecție și 6 pentru extinderea duratei certificatului suplimentar de protecție;

- au fost eliberate 363 de titluri de protecție desene, dintre care 165 de certificate de înregistrare și 198 certificate de reînnoire a protecției.

Pe parcursul anului trecut, specialiștii OSIM, împreună cu partenerii externi, au dezvoltat și modernizat pagina de internet a instituției, aducând elemente de noutate absolută. Pe lângă aspectul modern și structura îmbunătățită, pagina de internet are integrate mai multe componente:

- portal online care permite solicitanților accesul securizat prin autentificare la portofoliul propriu de obiecte de proprietate industrială;

- chatbot care oferă informații automat și interactiv la solicitarea vizitatorilor care accesează website-ul OSIM. Astfel, se oferă asistență și suport prin definirea unor fluxuri de întrebări frecvente și răspunsuri specifice domeniului de proprietate industrială: invenții, mărci, desene și modele. Chatbot-ul include o bază de cunoștințe al cărei conținut este creat și actualizat permanent de către OSIM. Dacă răspunsul nu este disponibil în această bază de cunoștințe, utilizatorul este direcționat către un operator uman;

- muzeu virtual, care reprezintă o nouă funcționalitate în website-ul OSIM, prin intermediul căruia vizitatorii pot vizualiza, ca și cum s-ar plimba prin sălile unui muzeu, atât mărci notorii înscrise în Registrele OSIM încă din perioada interbelică, precum și brevete românești istorice.

între evenimentele de promovare a protecției proprietății industriale derulate în decursul anului 2021, la care OSIM a participat împreună cu Centrele Regionale¹², menționăm cele 5 seminarii internaționale - PATLIB și o conferință internațională -PATLIB, desfășurate online, organizate de OEB, la care au participat reprezentanți ai Centrelor Regionale și specialiști din cadrul oficiilor naționale.

În plus, Centrele Regionale au participat la diseminarea de cunoștințe în domeniul proprietății industriale, preluând prin intermediul OSIM studiile efectuate de Observatorul European și afișându-le pe paginile lor de internet și rețelele de socializare corespunzătoare.

Interesul crescut al agenților economici din cadrul IMM-urilor, al mediului universitar și al institutelor de cercetare pentru accesul la bazele de date publice și la serviciile de evaluare a potențialului economic al proprietății industriale, în stabilirea strategiilor de dezvoltare, este o reflectare a activității de promovare a protecției proprietății industriale desfășurată de reprezentanții centrelor regionale ale OSIM.

4. Aspecte principale în domeniu - Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor

Conform atribuțiilor privind activitatea de supraveghere și control a pieței în temeiul Legii nr. 363/2007 privind combaterea practicilor incorecte ale comercianților în relația cu consumatorii și armonizarea reglementărilor cu legislația europeană privind protecția consumatorilor, în anul 2021 Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor a încheiat un număr de 1123 procese - verbale de constatare a contravenției și a emis un număr de 539 decizii de încetare a practicilor comerciale incorecte, iar în temeiul Legii nr. 158/2008 privind publicitatea înșelătoare și publicitatea comparativă a încheiat un număr de 2 procese - verbale de constatare a contravenției.

¹² Centrele Regionale au fost înființate cu scopul de a promova în teritoriu importanța protecției proprietății industriale, de a oferi informații publice legate de proprietatea industrială, și de a sensibiliza comunitatea locală asupra acestui domeniu.

În continuare, cu titlu de exemplu, sunt prezentate cazuri ce au făcut obiectul analizei Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor.

Exemple de practici incorecte:

- aplicarea incorectă a reducerilor;
- informații incorecte cu privire la principalele caracteristici ale produselor (compoziție);
- afișarea incorectă a prețurilor;
- afișarea pe eticheta de produs a ingredientului oțet, în fapt, în fișa de produs fiind menționat acid acetic;
- prezentarea de produse aflate la comercializare pe site ca fiind la reducere de preț, fără a aplica reducerile de preț din prețul de referință;
- comercializarea de fructe - legume cu informarea eronată la raft a consumatorilor asupra țării de origine și a categoriei de calitate;
- oferirea de către comerciant a unor informații eronate privind natura și denumirea ingredientelor, de exemplu: produse pe bază de grăsimi vegetale denumite incorect la raft „frișcă”, „smântână”, sau „ciocolată” pentru produse cu conținut de cacao sub 35%;
- menționarea în denumire a unor ingrediente care în realitate nu intră în compoziția produsului (cu ciocolata, cu cremă de vanile, etc);
- folosire sintagmei „... de casă”- în realitate se promovează un produs care seamănă cu un alt produs, astfel încât consumatorul să creadă că produsul este același calitativ ca și produsul de „casă”, „natural”;
- comercializarea unor produse cu preț redus/oferte promoționale, cu 3 zile înainte de expirarea datei durabilității minimale/datei-limită de consum, fără a fi sortate și expuse la comercializare pe rafturi sau în standuri delimitate vizibil;
- afirmarea că produsul alimentar posedă caracteristici speciale, atunci când, în realitate, toate produsele alimentare similare posedă asemenea caracteristici;
- comercializarea unor produse având afișate sintagmele „multivitaminele nr.1 în lume”, „marca NO1 în Italia”, „Nr.1 în vânzări în Italia”, care nu pot fi dovedite, fiind deci incorecte;
- prezentarea unor oferte de tipul „7+1”, „8+2”, „3+1 cadou”, „2+1 gratis”, „3 la preț de 2”, „.. +30% gratis”, „1,25L la preț de 1L”, „Super ofertă-față de produsele vândute separat”, „2 la preț de 1 față de restul produselor vândute separat” etc. - în realitate informațiile prezentate privind prețul, modul de calcul al prețului sau avantajul prețului nu sunt corecte sau nu pot fi dovedite;
- oferte de produs cu sintagmă „preț avantajos”, „stoc limitat”, „profită acum”, „promo”, fără a se explica însă în ce constă avantajul oferit pentru consumator;
- neconcordanțe între prețul de referință afișat la raft/revista promoțională și prețul de la casa de marcat;
- prezentarea unor oferte de tipul „400 ml la preț de 300 ml”, „100 ml extra free”, „30% reducere”, „2 râșnițe la preț de 1”, „1200 ml la preț de 1000 ml”, „+50% cadou” etc. - în realitate informațiile prezentate privind prețul, modul de calcul al prețului sau avantajul prețului nu sunt corecte sau nu pot fi dovedite;

- comercializarea unor produse aflate la promoție (vânzare promoțională) sugerând consumatorului o reducere de preț, în realitate produsele au preț mai mare decât în perioadă anterioară;
- comercializarea unor produse având afișată la raft sintagma „preț special” nedovedită, deci inexactă;
- comercializarea unor măști de protecție având afișate pe etichete sau ambalaj sintagma „*mască de protecție de unică folosință*”, afirmație care a fost dovedită ca inexactă, inducând astfel o informație confuză pentru consumator asupra încadrării produsului în categorie;
- comercializarea unor produse care au înscrise informații înșelătoare, inexacte, privind eficiența în eliminarea virusurilor, inclusiv Coronavirus;
- înscrierea unui preț de referință mai mare, față de care se raportează reducerea de preț, dar care nu a fost practicat vreodată pe site/magazinul online și înscrierea de informații care nu au putut fi dovedite, privind procentul de reducere aplicat;
- informarea eronată în lista meniu cu privire la denumirea/natura ingredientelor utilizate, în realitate utilizându-se alte ingrediente la fabricarea produselor respective, de exemplu în loc de frișcă se folosește un preparat alimentar pe bază de grăsimi vegetale Hulala, în loc de smântână se folosește un sos pe bază de grăsimi vegetale Gran Cucina, în loc de ciocolată se folosesc Finetti - cremă cu cacao (8% cacao), în loc de Nutella se folosește un topping de cacao ce conține 10% cacao, preparat pe bază de grăsimi vegetale Akadia în loc de brânza Feta etc.;
- informare eronată cu privire la principalele caracteristici ale preparatelor, în meniu fiind menționate alte ingrediente decât cele real utilizate;
- menționarea în denumire a unor ingrediente care în realitate nu intra în compoziția produsului (cu ciocolata, cu cremă de vanilie etc);
- prepararea și vânzarea sub denumirea de hamsie, în realitate fiind vorba despre șprot;
- oferirea de către comerciant a unor informații eronate privind natura, compoziția, denumirea produselor sau inducerea în eroare asupra naturii acestora prin modul de prezentare/expunere către consumatori, de exemplu: în loc de parmezan și gorgonzola se folosesc „*Fromaggio-brânză dură*”, respectiv „*Brânză cu mucegai albastru Lazur Albastru*”, grăsime vegetală în loc de smântână, akadia în loc de feta etc.;
- practica operatorului economic de a prezenta o ofertă consumatorilor, implementată automat, prin acordul tacit al consumatorilor, începând cu data de 01.07.2021, la un anumit preț (0,15513 lei/kWh fără TVA) pentru o perioadă de 12 luni și ulterior implementarea unei alte oferte, la un preț mai mare (0,21413 lei/kWh fără TVA) pentru perioada acceptată tacit anterior (01.07.2021-30.06.2022);
- informare incorectă privind clasificarea unității de cazare;
- o serie de articole de îmbrăcăminte se aflau în promoție, regăsindu-se pe eticheta mare de carton, lipită, o altă etichetă autocolantă de culoare portocalie, pe care era inscripționat un preț inițial, un procent ce indică reducerea și un preț final de vânzare, valoarea acestuia fiind rezultatul procentului aplicat din prețul inițial;
- în cazul unor produse se folosea afirmația „*singurele izvoare din lume de apă minerală natural carbogazoasă fără nitrați detectabili*” ce nu poate fi susținută de operatorul economic, întrucât nu există un studiu efectuat de organisme acreditate din care

să reiasă concluzia că această apă ar fi singura apă minerală naturală carbogazoasă din lume fără nitrați detectabili;

- prețurile afișate pe produse și/sau raft nu erau aceleași cu prețurile de la casele de marcat;

- diferențe de prețuri la raft față de casa de marcat; recântarire și reetichetare caserole cu informații care induc în eroare cu privire la cantitatea produsului; comercializare produse textile cu informații pe etichetă ce pot induce în eroare cu privire la compoziția fibroasă; comercializare produse pentru care sunt făcute afirmații ce nu pot fi dovedite în ceea ce privește conținutul/eficacitatea lor;

- neconcordanță între prețurile afișate la raft și cele marcate pe bonul de casă;

- comercializarea de produse alimentare cu preț redus, cu 3 zile înainte de expirarea datei durabilității minimale/datei limită de consum, nefiind expuse pe rafturi/standuri delimitate vizibil cu informare corectă și precisă a consumatorilor;

- oferte promoționale expirate;

- oferte promoționale la care prețurile de referință nu au fost niciodată practicate;

- conserve în oțet care nu au în lista de ingrediente oțet, ci acidifiant: acid citric;

- oferte "50% reducere la al doilea produs", fără existența produsului singular pentru comparație;

- decorațiuni de Crăciun semnalizate la raft prin eticheta preț avantajos, consumatorii nefiind informați care este avantajul prețului;

- băutură răcoritoare cu îndulcitori și arome vândută sub denumirea de suc de fructe;

- afișare preț pachet (Ofertă Promoțională) sub forma preț nou/preț vechi, fără ca pachetul să fi fost vândut, în același spațiu de vânzare cu prețul menționat ca și preț vechi;

- salam Românesc prezentat prin flyer ca fiind 100% carne;

- jucării la preț redus, fără a se raporta prețul nou la cel mai mic preț practicat în același spațiu comercial în ultimele 30 de zile;

- preparate din carne care au inscripționat pe etichetă sintagma "*produse cum se făceau odată cu adevărat gust de carne*", inducând în eroare consumatorul asupra calității produsului;

- oferirea unor informații incomplete referitoare la prețul/gram oferit;

- indicarea în denumirea produsului a ingredientelor ce nu se regăsesc în conținutul acestuia;

- promoții expirate, pachete promoționale (1+1, 2+1, +30% etc.), diferența preț de raft și preț de casă, nerespectare Deciziei de încetare a practicii incorecte, abateri garanție, compoziție fibroasă inferioară celei declarate;

- calcul dobânzi penalizatoare, transmitere oferte la valori mai mari decât cele existente pe site și la punctul de lucru, nerespectare diligențe profesionale;

- preparate denumite înșelător "*cu carne de...*", în contextul în care acestea conțin MDM și nu carne;

- neconcordanță preț raft-preț casa de marcat, returnarea banilor se realizează după trei luni sau după o lună și jumătate, perioade diferite de desfășurare campanie promoțională;
- promoții nerespectate, produse petroliere fără caracteristici esențiale care crează confuzii la achiziție, etichete neconforme, cremvurști de pasare - în compoziție carne separată mecanic;
- sintagme folosite pe etichete „unt pur”, „ideal pentru salate și murături”, „siguranța”, „calitate certificată”, „marcă românească garantată”;
- dulceață cu prezentare asemănătoare cu a unui produs de casă, pe eticheta lucrată manual apărând sintagma „fructe culese de gospodari”, existând posibilitatea de confundare cu un produs tradițional;
- produse care nu sunt ecologice, cu aceeași etichetă verde la raft ca și produsele Bio, situate pe același raft, putând fi confundate cu produsele acestea;
- produse DOP/IGP nerespectare cerințele diligenței profesionale de informare corectă (lipsa traducere completă în limba română: denumire, declarația nutrițională, tratamente);
- informații incorect traduse pe eticheta în limba română;
- nerespectare caiet de sarcini privind compoziția: 32 % grăsimi la cașcaval DOP, față de min 40 % în caietul de sarcini);
- nerespectarea cerințelor privind caracteristicile produselor (legume - fructe depreciate), informații incorecte pentru consumatori la conserve legume și preparate carne (cu sintagme în prezentare ce pot dezinforma consumatorul că ar fi produse tradiționale „gusturi românești”, „de casă”, „tradițional”), deși sunt produse industriale;
- perceperea unui preț mai mare, în plus față de prețul afișat la raft sau reducerea promoțională afișată;
- prețul redus nu era raportat la prețul de referință, respectiv cel mai mic preț practicat în același spațiu de vânzare în perioada ultimelor 30 de zile (înainte de data aplicării prețului redus);
- inexistența la comercializare a unor produse cu reducere de 70% destinate bărbaților, deși afișele cu reducere sunt puse pe rafturile destinate produselor bărbătești;
- deși consumatorul s-a încadrat în perioada legală de a solicita retragerea dintr-un contract la distanță, s-au facturat despăgubiri, fără temei legal, operatorul economic refuzând rezilierea contractului la distanță, fără penalități;
- promovarea unor produse pe site-ul propriu la un preț de 2345.9 lei, pentru a atrage consumatorii la achiziționarea jocurilor, având în vedere prețul scăzut, iar după aplicarea comenzii se constată că produsul este la un alt preț, respectiv 2690 lei;
- existența la comercializare a unor produse pe ambalajul cărora era inscripționată sintagma „+20% GRATIS”, fără a exista în magazin și produsul singular, produsul de referință, astfel încât consumatorii să poată verifica dacă informațiile înscrise pe pachet sunt reale și există un avantaj în favoarea lor;
- existența la comercializare a unor produse ca făcând parte dintr-o promoție, având afișat prețul bară de 7,49 lei și preț nou de 4,99 lei, iar la casa de marcat se încasa prețul inițial de 7,49 lei și nu cel redus de 4,99 lei, consumatorul nebeneficiind de niciun avantaj specific al prețului;

- derularea unor vânzări promoționale prin care produsele beneficiau de un anumit procent de reducere, când în fapt la casa de marcat produsele beneficiază de un procent de reducere mai mic decât cel afișat, procentul de reducere nefiind calculat corect;
- omisiune înșelătoare privind destinația produsului, consumatorul nu era informat asupra faptului că produsul nu este destinat pentru piața din Europa, faptă săvârșită în mod intenționat, cu scopul de a-și vinde produsele. După configurarea telefonului s-a constatat faptul că acesta nu poate fi trecut în modul silențios atunci când se folosește camera foto, neexistând în meniul telefonului opțiunea dezactivării acestei funcții, așa cum au produsele destinate pieței din Europa;
 - nu a fost aplicată reducerea de preț;
 - nu există produs de referință;
 - preț produs de referință/preț pachet;
 - lipsă produs singular/referință;
- comercializarea de produse în cadrul unor campanii promoționale ce nu mai erau de actualitate, perioada campaniilor fiind depășită;
- diferențe de preț, în defavoarea consumatorilor, între cele afișate la raft și cele de la casa de marcat;
 - țara de origine a legumelor și a fructelor afișată la raft era diferită decât cea reală;
 - prezentarea altor ingrediente decât cele utilizate;
 - modificarea, în defavoarea consumatorilor, a cantității nete a unor produse alimentare prin recântărirea acestora de către operatorul economic;
- pachete de produse, de tipul 5+1 gratis, fără a exista la comercializare și produsele singulare, de referință, astfel încât să poată fi probate aceste afirmații;
 - nerespectare preț de referință la vânzări cu preț redus;
 - nerespectare promoție „happy hour”;
 - neconcordanță preț bon fiscal/casă de marcat;
 - diligențe profesionale (tergiversare soluționare);
 - diligențe profesionale (bilete vândute la un vagon ce nu exista);
- afirmarea că un produs a fost aprobat/autorizat fără respectarea condițiilor de aprobare/autorizare;
 - neconcordanță gramaj aplicat față de cel real existent;
 - nerespectarea drepturilor consumatorilor;
 - nerespectare preț de referință la vânzări cu preț redus;
 - promoție inexistentă „super preț pachet”;
 - neconcordanță preț bon fiscal/casă de marcat;
 - diligențe profesionale-blocare sume exceptate de la poprire;
 - neconcordanță între eticheta de la raft și eticheta produsului;
 - nerespectare preț de referință la vânzări cu preț redus;

- informații false privind avantajul specific al prețului;
- neconcordanță între informațiile din lista meniu și materiile prime utilizate;
- afișare eronată țara de origine legume-fructe;
- neconcordanță preț bon fiscal/casă de marcat; promoții depășite;
- nerespectare preț de referință la vânzări cu preț redus;
- diligențe profesionale-facturare eronată energie Mehedinți electrica MT față de JT, solicitare diferență de preț după 18 luni de la emiterea facturilor;
- preț de referință mai mare decât cel efectiv practicat;
- promoții înșelătoare, practici incorecte referitoare la garanțiile acordate consumatorilor;
- inducere în eroare cu privire la ingrediente: neindicarea în meniu a unor ingrediente prezente în produsul finit (zahăr, îndulcitori) și indicarea unor ingrediente ce nu se regăseau în compoziția produsului (pulpă fruct);
 - nerespectare cantitate netă produs menționată în lista meniu;
 - neconcordanță între informațiile din lista meniu și materiile prime utilizate (parmezan, brânză cedar, mozzarella utilizându-se condimente cu aromă de „...”)
 - promoții cu indicarea unui preț de referință mai mic decât cel real practicat;
 - promoții nereale „prețuri din ce în ce mai mici” - s-a dovedit a fi în mod înșelător promovată;
 - comportament incorect, nerespectare procedură retur;
 - produse reetichetate cu gramaj diferit;
 - campanie de câștiguri amplasată pe pungile de chipsuri expirate;
 - prezentarea de produse cu reducere de Black Friday fără a exista de fapt nici o reducere;
 - comercializare bere și cafea cu campanii de câștiguri expirate;
 - comercializare on-line de produse tip mobilier-noptiere - a căror caracteristici principale - culoarea - era prezentată pe site în mod eronat;
 - inducerea în eroare a consumatorului în ceea ce privește prețul de funizare;
 - omisiune înșelătoare în contextul prezentării unui produs;
 - inducere în eroare cu privire la țara de proveniență;
 - informații care duc în eroare consumatorul privind disponibilitatea, avantajele, capacitatea de a corespunde scopului;
 - informații care induc în eroare cu privire la rezultatele și caracteristicile esențiale ale testelor sau controalelor asupra produsului;
- au fost luate, prin sondaj, și apoi au fost cântărite mai multe legume preambalate, aflate la comercializare. La momentul controlului s-a găsit la raft hrean preambalat în caserole de 200 g. Caserolele au fost cântărite și aveau gramajul de 180g, 182 g, 134 g. Conform prevederilor HG nr. 530/2001 (r1) Anexa 1 la instrucțiuni, tabelul nr. 1, eroarea

negativă tolerată (e) pentru 200 g este de 4,5% astfel că cel mai mic gramaj poate fi de 191g. La cântărire s-au constatat diferențe cuprinse între 11 și 57 de grame. La momentul controlului s-a găsit la raft preambalată ceapă galbenă în plase de 2500g. Au fost cântărite și aveau gramajul de 1948 g, 1962 g, 1958 g, 1950 g, 1930 g. Conform prevederilor HG 530/2001 Anexa 1 la instrucțiuni, tabelul nr. 1 eroarea negativă tolerată (e) pentru 125 g este de 1,5%, astfel că cel mai mic gramaj poate fi de 1970g. La cântărire s-au constatat diferențe cuprinse între 8 și 40 de grame;

- pe eticheta produsului apare menționat cuvântul „*țărănesc*”. La ingredientele produsului, este menționat proteină vegetală (soia), proteină animală de porc, stabilizatori (difosfați, fosfați), zaharuri (dextroză), conservanți (nitrit de sodiu), agent de îngroșare, potențiator de gust (monoglutamat de sodiu);

- s-a constatat faptul că, în cazul produselor Wrap cu pui Brasil Style 260 g, 3 buc. X 15,9 lei și Wrap cu pui mozzarella și pesto, 280 g, 3 buc. X 15,9 lei, pe etichetă și în rețetă, gramajul declarat este de 260 g la produsul Wrap cu pui Brasil Style 260 g, respectiv 280 g la produsul Wrap cu pui mozzarella și pesto, 280 g. Prin cântărire s-au determinat următoarele cantități: la produsul Wrap cu pui Brasil Style 260 g, au rezultat gramajele: 190 g, 195 g. La produsul Wrap cu pui mozzarella și pesto, 280 g, au rezultat gramajele: 210 g, 200 g, 205 g;

- a fost identificat la comercializare produsul „*castraveți întregi în oțet 1-4 cm*” Penny, preambalat, cantitate netă 330g, cantitate netă după scurgere a componentei solide 190g, 4,99 lei/bucata, stoc 39 buc. Atât pe eticheta de preț afișată de către operatorul economic la raftul de comercializare, cât și pe fața principală a ambalajului este înscrisă denumirea „*castraveți întregi în oțet 1-4 cm*”, iar pe verso sunt înscrise informațiile privind denumirea „*castraveți întregi în oțet 1-4 cm. Produs pasteurizat*” și ingredientele: “*castraveti preconservați 33% (castraveti, apă, acidifiant acid acetic, sare, agent de întărire, clorură de calciu, conservant metabisulfid de potasiu), apă, zahăr, ardei gras roșu, condimente: ceapă, piper boabe, mărar, muștar boabe*”. Analizând ingredientele de pe etichetă, se constată că ingredientul oțet utilizat în denumirea produsului nu este nominalizat ca ingredient în lista de ingrediente, produsul conținând acidifiantul acid acetic, care este un aditiv alimentar. Astfel, nu se verifică utilizarea denumirii „*Castraveți întregi în oțet*”;

- au fost identificate articole expuse la comercializare având menționată pe etichetele de raft sintagma „*preț avantajos*”, afirmație care induce faptul că există un avantaj la achiziționarea acestor produse față de alte produse care nu au această specificație. Mențiunea „*preț avantajos*” este susceptibilă să îl determine pe consumator să ia o decizie de tranzacționare, datorită faptului că se induce ideea că avantajul specific afișat creează facilități privind existența, natura produsului, prețul, fără ca acestea să aibă o raportare fizică perceptibilă, oferită de către vânzători, în așa fel încât comparația să fie reală, iar avantajul să fie strict determinat;

- prin indicarea, la produsul pastile pentru mașina de spălat W5 Classic 60+40 buc, 40 pastile gratis, a unui preț de 19,99 lei pe fond roșu, se induce în eroare consumatorul (deoarece se creează prezumția de achiziție la un anumit preț avantaj), fapt ce-l determină să ia o decizie de tranzacționare pe care altfel nu ar fi luat-o, întrucât produsul pastile pentru mașina de spălat W5 Classic 60 bucăți are prețul afișat de 16,99 lei. Deși produsul pastile pentru mașina de spălat W5 Classic 60+40 buc, 40 pastile gratis, este prezentat ca având un avantaj de preț, acest avantaj nu există, cele 40 pastile prezentate cu titlul de gratuitate fiind achitate de către consumator, cu prețul de 3 lei;

- în supermarket existau la comercializare mai multe produse alimentare și nealimentare (într-un procent semnificativ), fiind evidențiate prin etichete roșii, cu

mențiunile: „**STOC LIMITAT!**” (scris cu majuscule, caractere mai mari și bolduit), „*cel târziu până la: ...*”, urmat de o dată - zi/lună/an și un singur preț. La unele produse data precizată era 31.12.2021, 11.02.2022, 20.02.2022, deci „*stocul limitat*” având o perioadă de până la 80 de zile. S-au identificat și produse la care data înscrisă după sintagma „*cel târziu până la*” era expirată. S-a constatat faptul că, deși produsele erau semnalate cu etichete roșii, cu mențiunile „**STOC LIMITAT!**” și „*cel târziu până la:...*”, acestea se comercializau în continuare, la același preț, chiar și după data înscrisă pe etichetă, adică și după 170 de zile (13.06.2021).

Exemple de publicitate înșelătoare/comparativă:

- neraportarea prețului redus la prețul de referință, ci la prețul de aprovizionare.

5. Aspecte principale în domeniu - Oficiul Român pentru Drepturile de Autor

În anul 2021 nu au intervenit modificări legislative în domeniul dreptului de autor și drepturilor conexe. În cadrul ședinței Guvernului României din 4.10.2021 a fost adoptat proiectul de lege pentru modificarea și completarea Legii nr. 8/1996 privind dreptul de autor și drepturile conexe, republicată. Proiectul vizează transpunerea în legislația națională a prevederilor Directivei 2019/789 a Parlamentului European și a Consiliului din 17 aprilie 2019, de stabilire a normelor privind exercitarea dreptului de autor și a drepturilor conexe, aplicabile anumitor transmisii online ale organismelor de radiodifuziune și anumitor retransmisii ale programelor de televiziune și radio și de modificare a Directivei 93/83/CEE a Consiliului (Directiva SATCAB) și a Directivei 2019/790 din 17 aprilie 2019 a Parlamentului European și a Consiliului privind Dreptul de Autor în Piața Unică Digitală și de modificare a Directivelor 96/9/CE și 2001/29/CE (Directiva Copyright). În perioada octombrie - decembrie 2021 proiectul de lege s-a aflat în dezbatere în Parlamentul României în vederea adoptării.

Pe de altă parte, în continuarea eforturilor României de a demonstra voința politică pentru protejarea drepturilor de proprietate intelectuală, în anul 2021 au fost efectuate progrese notabile. Astfel, în luna martie 2021 Prim - ministrul Guvernului României a aprobat Memorandumul cu tema Prezența României pe lista de supraveghere a Raportului Special 301 al SUA privind protecția și asigurarea respectării drepturilor de proprietate intelectuală.

Grupul de lucru, la nivel tehnic, reunind reprezentanți ai majorității ministerelor, organismelor și structurilor cu atribuții în domeniul proprietății intelectuale (ORDA, OSIM, Ministerul Afacerilor Interne prin structurile sale specializate, respectiv Poliția Română și Poliția de Frontieră, Ministerul Justiției, Ministerul Finanțelor Publice/DGV, Ministerul Public) s-a reunit de mai multe ori în anul 2021, dezbătând diverse aspecte care se regăsesc în raportul 301 special și în cadrul Planului de lucru privind domeniul proprietății intelectuale prevăzut în Memorandumul sus-menționat.

Planul de lucru vizează stabilirea de măsuri specifice, prin care se acordă prioritate apărării drepturilor de proprietate intelectuală, în scopul eficientizării acestora. Între altele sunt menționate dezvoltarea unei strategii naționale în domeniu, desemnarea unui coordonator la nivel înalt, luarea de măsuri concrete pentru combaterea contrafacerii și pirateriei, inclusiv în mediul online, creșterea pedepselor pentru infracțiunile la adresa PI, astfel încât acestea să aibă efect descurajator, precum și asigurarea că instituțiile guvernamentale nu folosesc software fără licență.

6. Aspecte principale în domeniu - Consiliul Național al Audiovizualului

Activitatea de transpunere a Directivei (UE) 2018/1808 de modificare a Directivei 2010/13/UE (Directiva serviciilor mass-media audiovizuale – DSMAV)

Directiva (UE) 2018/1808 a Parlamentului European și a Consiliului din 14 noiembrie 2018 modifică Directiva 2010/13/UE privind coordonarea anumitor dispoziții stabilite prin acte cu putere de lege sau acte administrative în cadrul statelor membre cu privire la furnizarea de servicii mass-media audiovizuale (Directiva serviciilor mass-media audiovizuale) având în vedere evoluția realităților pieței.

Directiva (UE) 2018/1808 a fost publicată în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene Nr. L 303 din 28 noiembrie 2018, cu termen de transpunere 19 septembrie 2020.

Transpunerea prevederilor Directivei (UE) 2018/1808 în legislația națională aparține Ministerului Culturii, care are drept de inițiativă legislativă. Potrivit dispozițiilor art. 17 alin. (3) din Legea audiovizualului nr. 504/2002, cu modificările și completările ulterioare, CNA, în calitate de autoritate independentă de reglementare, „*este consultat cu privire la toate proiectele de acte normative prin care se reglementează activități din domeniul audiovizual ori în legătură cu acesta*”.

La data de 23 noiembrie 2020, Comisia Europeană a deschis procedura formală de constatare a neîndeplinirii obligațiilor – cauza nr. 2020/0555, întrucât până la termenul de 19 septembrie 2020 nu au fost comunicate măsurile naționale de transpunere a Directivei (UE) 2018/1808. Potrivit scrisorii de punere în întârziere, Comisia solicita autorităților române ca, în termen de cel mult 2 luni, respectiv până la data de **23 ianuarie 2021**, să comunice măsurile naționale adoptate în vederea transpunerii Directivei (UE) 2018/1808.

Prin adresa nr. **751/20.01.2021**, Agentul Governamental al României pentru Curtea de Justiție a Uniunii Europene a comunicat Consiliului Național al Audiovizualului (CNA) că va transmite Comisiei Europene, la inițiativa Ministerului Culturii, o solicitare de prelungire cu două luni (respectiv până la data de 23 martie 2021) a termenului stabilit pentru transmiterea răspunsului la punerea în întârziere în cauza 2020/0555. Comisia Europeană a acceptat solicitarea formulată de Ministerul Afacerilor Externe, confirmând ca nou termen **22 martie 2021**, data până la care România ar fi trebuit să comunice actele naționale de transpunere a Directivei (UE) 2018/1808. Demersurile privind transpunerea Directivei (UE) 2018/1808 au continuat și în anul 2021.

În data de **25 martie 2021**, pe site-ul Ministerului Culturii, la secțiunea **Transparență – Proiecte acte normative** (<http://www.cultura.ro/proiect-de-lege-10>), a fost publicat „**proiectul de Lege pentru modificarea și completarea Legii nr. 504/2002 a audiovizualului și a Ordonanței Guvernului nr. 39/2005 privind cinematografia**”, însoțit de **expunerea de motive**, de **tabelul de concordanță** și de **tabelul comparativ**. Potrivit mențiunilor afișate pe site, proiectul de lege a fost supus dezbaterii publice până la data de **05.04.2021**, în conformitate cu dispozițiile Legii nr. 52/2003 privind transparența decizională în administrația publică. Prin adresa nr. 1579/31.03.2021, înregistrată la CNA cu nr. **2966/01.04.2021**, Ministerul Culturii a solicitat analizarea și transmiterea de observații și propuneri cu privire la „**proiectul de Lege pentru modificarea și completarea Legii nr. 504/2002 a audiovizualului și a Ordonanței Guvernului nr. 39/2005 privind cinematografia**”. Proiectul de lege a fost însoțit de **expunerea de motive** și de **tabelul de concordanță**.

În data de **7 aprilie 2021**, CNA a transmis către Ministerul Culturii adresa nr. 2966RI/07.04.2021, precizând că din motive obiective, lipsa cvorumului prevăzut de art. 15 din Legea audiovizualului nr. 504/2002 necesar pentru convocarea ședinței Consiliului, la

acel moment nu se puteau comunica observațiile și propunerile instituției cu privire la proiectul de act normativ.

Întrunit în ședință publică în data de **18 mai 2021**, CNA a analizat „*proiectul de Lege pentru modificarea și completarea Legii nr. 504/2002 a audiovizualului și a Ordonanței Guvernului nr. 39/2005 privind cinematografia*” înaintat de Ministerul Culturii, în vederea analizării și transmiterii de observații și propuneri. Drept urmare, CNA a transmis ministerului adresa de răspuns nr. 2966RF/20.05.2021. În data de **12 iulie 2021**, prin adresa nr. 6338/12.07.2021, Ministerul Culturii solicită avizarea proiectului de Lege pentru modificarea și completarea Legii nr. 504/2002 a audiovizualului și a Ordonanței Guvernului nr. 39/2005 privind cinematografia. La această solicitare, CNA a răspuns prin adresele nr. 6338RF/14.07.2021 și nr. 6338/15.07.2021 (aviz cu observații).

În data de **4 octombrie 2021**, Guvernul a adoptat forma „*Proiectului de Lege pentru modificarea și completarea Legii audiovizualului nr. 504/2002 și pentru modificarea și completarea Ordonanței Guvernului nr. 39/2005 privind cinematografia*” și a înaintat-o Camerei Deputaților, fiind înregistrată cu nr. PL-x 430/2021. Camera Deputaților este prima cameră sesizată. Întrunit în ședință publică în data de **19 octombrie 2021**, CNA a analizat forma proiectului de lege adoptată de Guvern și prin adresa nr. 10088/20.10.2021 a transmis observațiile și propunerile CNA la proiectul de lege către: Biroul Permanent al Camerei Deputaților; Comisia pentru cultură, arte, mijloace de informare în masă; Comisia pentru tehnologia informației și comunicațiilor; comisiile avizatoare din Camera Deputaților.

În data de **12 noiembrie 2021**, pe site-ul Comisiei Europene¹³ au fost publicate informații referitoare la pachetul de proceduri de constatare a neîndeplinirii obligațiilor, potrivit cărora patru state membre sunt invitate să respecte pe deplin legislația UE în domeniul digital și al mass-mediei. Comisia a decis să trimită avize motivate pentru a solicita României și Franței să finalizeze transpunerea Directivei privind serviciile mass-media audiovizuale, iar Belgiei și Cehiei să transpună integral Codul european al comunicațiilor electronice în legislațiile lor naționale.

Conform informațiilor de pe site-ul Comisiei, aceasta a decis să trimită aviz motivat pentru a solicita României să finalizeze transpunerea Directivei serviciilor mass-media audiovizuale, care avea ca termen de transpunere 19 septembrie 2020. Avizul motivat trimis în data de 12 noiembrie 2021 urmează scrisorii de punere în întârziere, transmisă de Comisie în noiembrie 2020 pentru neadoptarea măsurilor de transpunere a Directivei serviciilor mass-media audiovizuale. De asemenea, potrivit informațiilor de pe site-ul Comisiei, întrucât cele 4 state au notificat legi naționale incomplete, statele membre în cauză au la dispoziție două luni pentru a remedia situația și a adopta și notifica măsurile naționale de transpunere a acestor acte legislative ale UE. În caz contrar, Comisia poate decide să sesizeze Curtea de Justiție a Uniunii Europene cu privire la aceste cazuri.

În data de **7 decembrie 2021**, în vederea adoptării de către Camera Deputaților, proiectul de lege a fost dezbătut în plen și adoptat, fiind înaintat Senatului, care este cameră decizională. Potrivit formei adoptate de Camera Deputaților, titlul proiectului de lege este „*Proiect de Lege pentru modificarea și completarea Legii audiovizualului nr. 504/2002, privind modificarea și completarea Ordonanței Guvernului nr. 39/2005 privind cinematografia, precum și pentru modificarea Legii nr. 41/1994 privind organizarea și funcționarea Societății Române de Radiodifuziune și Societății Române de Televiziune*”. În data de **8 decembrie 2021**, proiectul de lege a fost înregistrat la Senat cu nr. Bp. 562/2021. În data de **13 decembrie 2021**, proiectul de lege a fost prezentat în Biroul permanent cu nr.

¹³ A se vedea: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/ro/inf_21_5342. Informații apărute pe site-ul Comisiei Europene, secțiunea Spațiul presei, publicate în data de 12 noiembrie 2021;

L533/2021 și trimis pentru raport la Comisia pentru cultură și media (termen: 08.02.2022) și la comisiile avizatoare ale Senatului, cu termen depunere amendamente: 29.12.2021.

Până la **sfârșitul anului 2021**, conform informațiilor prezentate pe site-ul Senatului¹⁴, pentru L533/2021 au fost primite avize doar de la Comisia pentru buget, finanțe, activitate bancară și piață de capital, Comisia pentru comunicații și tehnologia informației și de la Comisia pentru sănătate. Având în vedere că la **sfârșitul lunii decembrie 2021** Parlamentul a intrat în vacanță parlamentară, următoarea sesiune ordinară a Parlamentului începând în februarie 2022, proiectul de lege privind transpunerea Directivei (UE) 2018/1808 încă se afla la comisiile avizatoare ale Senatului. Demersurile pentru transpunere continuă și în anul 2022.

Noile dispoziții ale Directivei (UE) 2018/1808 asigură condiții echivalente de reglementare a serviciilor media audiovizuale tradiționale, liniare și la cerere și extinde domeniul său de aplicare la platformele de partajare a conținutului video (VSP). Directiva serviciilor mass-media audiovizuale pune accent pe reglementarea serviciilor de **conținut audiovizual digital disponibile pe Internet**. Această revizuire a directivei reprezintă a doua etapă de actualizare a cadrului juridic, ca un răspuns la **convergența digitală a serviciilor ce propun un conținut audiovizual**. Directiva (UE) 2018/1808 stabilește reguli aplicabile platformelor de partajate a materialelor video generate de utilizatori, atunci când furnizarea de conținut audiovizual este o funcționalitate esențială a acestui serviciu. Vor fi incluse în domeniul de aplicare al noii directive acele servicii de platformă care se încadrează în următoarele cinci criterii:

- reprezintă o activitate cu caracter comercial;
- scopul principal este furnizarea de programe audiovizuale și/sau materiale video generate de utilizatori, în scop informativ, de divertisment sau educativ;
- furnizorul platformei nu exercită o responsabilitate editorială;
- organizarea serviciului este asigurată de furnizor, prin mijloace automate sau algoritmi;
- folosește rețele de comunicații electronice, în sensul tehnic cel mai larg cunoscut (acoperă orice tip de rețele).

Prin această extindere a domeniului de aplicare se vizează orice conținut audiovizual partajat pe site-urile de socializare în care materialul video îndeplinește criteriul „**funcționalității esențiale**”, precum și serviciile audiovizuale care se retransmit pe rețeaua deschisă de internet. Includerea serviciilor de platformă de partajare a materialelor video în domeniul de aplicare al directivei are în vedere: programele audiovizuale profesionale, materialele video generate de utilizatori și comunicările comerciale audiovizuale. Furnizorii de platforme au obligația de a lua „**măsuri adecvate**” pentru atingerea următoarelor cerințe:

- protejarea minorilor de conținutul dăunător acestora;
- protejarea publicului de conținutul care incită la violență sau la ură;
- protejarea publicului de conținutul care constituie o infracțiune în dreptul Uniunii Europene (infracțiunile menționate la articolul 28b);
- respectarea în comunicările comerciale audiovizuale a cerințelor prevăzute la art. 9 alin. (1) din directivă (normele privind identificarea publicității și normele de protecție a consumatorilor în ceea ce privește publicitatea la alcool, tutun, medicamente și alimente cu

¹⁴ https://www.senat.ro/legis/lista.aspx?nr_cls=L533&an_cls=2021;

un conținut ridicat de grăsimi, sare și sodiu și zahăr). De asemenea, VSP-urile vor trebui să ia măsuri adecvate pentru a se asigura că publicitatea conținută în materialele video generate de utilizatori respectă aceste norme.

Măsurile prevăzute în DSMAV includ:

- mecanisme de semnalizare și raportare;
- sisteme de verificare a vârstei;
- sisteme de clasificare a conținutului, realizată de către cei care îl încarcă pe platformă sau de către utilizatori;
- sisteme de control parental;
- clarificări în ceea ce privește interdicțiile legate de partajarea conținutului care instigă la violență, la ură sau la săvârșirea de infracțiuni de terorism (a se vedea art. 28b alin. (3)).

Este la latitudinea fiecărui SM să stabilească criteriile de aplicare a acestor măsuri, pentru a permite o abordare proporțională cu dimensiunea platformelor de partajare a materialelor video, cu potențialele efecte negative și cu tipul de utilizator aflat în situație de risc.

Ulterior transpunerii Directivei (UE) 2018/1808, CNA va trebui să instituie mecanisme care să permită punerea în aplicare efectivă a dispozițiilor acesteia **cu privire la platformele de partajare a materialelor video**, având și **obligația expresă de a identifica serviciile media audiovizuale care intră sub jurisdicția României și de a le înscrie în baza de date MAVISE¹⁵**. Totodată, după transpunerea directivei, **CNA va reglementa conținutul audiovizual și comunicările comerciale audiovizuale difuzate pe platformele online de distribuție a serviciilor mass-media audiovizuale**.

Platformelor online sunt considerate a fi parte a serviciilor societății informaționale și, în consecință, le sunt aplicabile și normele stabilite prin legislație specială - în domenii cum ar fi concurența, protecția consumatorului, protecția datelor cu caracter personal, protecția drepturilor de autor și libertățile pieței unice, astfel încât răspunderea furnizorilor de servicii de platformă online poate fi angajată în orice astfel de domeniu, potrivit normelor speciale aplicabile. **Regimul răspunderii furnizorilor de platforme online este prevăzut în Legea nr. 365/2002** privind comerțul electronic, republicată, cu modificările și completările ulterioare, care reprezintă dreptul comun în această materie.

Furnizorul platformei de partajare a materialelor video nu exercită o responsabilitate editorială. Principiul pe care se fundamentează reglementarea serviciilor de platformă, are în vedere că, de regulă, conținutul difuzat nu se află sub responsabilitatea editorială a furnizorului de platformă. Conținutul audiovizual este sub controlul „intermediarului” care folosește platforma tehnică. Totuși, directiva reține faptul că organizarea conținutului audiovizual, inclusiv a comunicărilor comerciale, se află sub controlul furnizorilor de platformă, prin mijloace automate sau algoritmi, conform considerentului (47). Măsurile vizează direct organizarea conținutului pe platformă și nu conținutul propriu-zis.

¹⁵ MAVISE este o bază de date care cuprinde radiodifuzorii și serviciile media audiovizuale, liniare și la cerere, disponibile în Europa și Turcia, precum și a platformelor de partajare a materialelor video aflate sub jurisdicția statelor membre. Această bază de date a fost înființată în 2008 de către Comisia Europeană și Observatorul European al Audiovizualului;

Cooperare europeană și internațională

La nivel european, aceasta a constat în identificarea priorităților pe termen scurt și mediu pentru alinierea la acquis-ul comunitar în domeniul audiovizualului, în conformitate cu evoluțiile politicilor UE. În acest scop au fost identificate sursele de informare relevante sub aspectul alinierii la standardele europene în domeniu, s-a asigurat documentarea, analizarea, sintetizarea sau traducerea materialelor privind procesul de integrare europeană (documente transmise de Comisia Europeană, Consiliul Europei, alte organisme europene din care face parte CNA). Observatorul European al Audiovizualului (OEA)¹⁶ a lansat procedura de actualizare a bazei de date MAVISE pentru anul 2021 și a transmis autorităților de reglementare solicitarea de a coopera în continuare pentru realizarea acestui obiectiv.

CNA, prin Biroul Reglementări și Relații Europene, în colaborare cu Biroul Licențe Autorizări, a completat tabelele pre-formatate transmise de către OEA cu informațiile solicitate privind licențele audiovizuale în vigoare, acordate de CNA radiodifuzorilor licențiați în România, precum și cu informațiile privind avizele de furnizare a serviciilor media audiovizuale la cerere în vigoare. În plus, față de anii precedenți, OEA a solicitat informații referitoare la: criteriile pe care se bazează jurisdicția; furnizorii de servicii media audiovizuale aflați sub jurisdicția CNA dar care sunt stabiliți în afara UE/SEE și criteriile pe care se bazează jurisdicția; furnizorii de servicii de platforme de partajare a materialelor video stabiliți în România și cei stabiliți în afara UE/SEE, cu specificarea criteriilor pe care se bazează jurisdicția.

În cadrul cooperării directe și constante cu Comisia Europeană, autoritățile de reglementare din domeniul serviciilor media audiovizuale, mediul academic, organisme private din sectorul audiovizual, CNA a răspuns solicitărilor de transmitere de informații (prin intermediul unor sondaje/consultări) din sfera de competență a instituției, dintre care amintim:

- Sondajul adresat autorităților naționale de reglementare în vederea elaborării de către un consorțiu format din patru universități europene, la solicitarea Comisiei Europene, a unui „Studiu privind pluralitatea și diversitatea mass-mediei online”. Studiul acoperă două activități de cercetare: promovarea și facilitarea accesului la conținutul/serviciile de interes general și cartografierea măsurilor și a metodelor de colectare a datelor privind concentrarea pieței mass-media și pluralism;
- Consultarea REFRAM (Rețeaua Autorităților de Reglementare Francofone din Domeniul Media), ca parte a unui studiu realizat de Organizația Internațională a Francofoniei, în vederea realizării unui „Inventar comparat al politicilor publice în lupta împotriva dezinformării în statele membre și guvernele din La Francofonie”. Întrebările adresate CNA au avut ca scop obținerea de informații referitoare la abilitățile și acțiunile întreprinse de instituție în lupta împotriva dezinformării;
- Solicitarea serviciului public de radiodifuziune din Austria – ORF de a răspunde unui set de întrebări referitoare la măsurile legale în vigoare privind clasificarea programelor audiovizuale în vederea protecției minorilor;
- Consultarea Observatorului European al Audiovizualului în vederea elaborării unui „Raport privind identificarea regulilor aplicabile platformelor de partajare a materialelor video”.

¹⁶ Observatorul European al Audiovizualului face parte din Consiliul Europei (Strasbourg, Franța); a fost creat în 1992, în scopul de a colecta și de a distribui informații despre industriile audiovizuale din Europa;

În cadrul cooperării dintre autoritățile naționale de reglementare a serviciilor media audiovizuale membre ERGA (Grupul autorităților europene de reglementare pentru serviciile mass-media audiovizuale), stabilită prin Memorandumul de Înțelegere (MdÎ), adoptat de acestea în decembrie 2020 în vederea soluționării într-un mod coerent a problemelor practice care decurg din punerea în aplicare a Directivei (UE) 2018/1808 (DSMAV revizuită), CNA a răspuns tuturor solicitărilor primite, și anume: în ceea ce privește sistemele folosite de autoritățile de reglementare pentru monitorizarea programelor media audiovizuale liniare și neliniare; privind sistemele de contribuții financiare – Art. 13 alin. (2) din DSMAV revizuită; referitor la criteriul „audienței reduse” în ceea ce privește serviciile VOD – Art. 13 alin. (6) din DSMAV revizuită; privind aspecte legate de punerea în aplicare și asigurarea respectării Art. 28b (existența în legislația națională a mecanismului de recurs extrajudiciar); referitor la metodologia de evaluare a pluralismului politic în mass-media audiovizuală; în ceea ce privește recomandările și/sau obligațiile care definesc dimensiunea ferestrei interpretului în limbajul mimico-gestual; privind sancțiunile acordate furnizorilor de servicii audiovizuale la cerere care nu notifică activitatea serviciului.

**Președinte al Consiliului interinstituțional
în domeniul combaterii concurenței neloiale,**

**Irina Diana AVRAM
Director general**