

# 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 2023 privind implementarea legislației cu impact relevant în menținerea unei piețe concurențiale loiale

### Preambul

Prezentul Raport se constituie în temeiul prevederilor art. 8<sup>2</sup> din Legea nr. 11/1991 privind combaterea concurenței neloiale, cu modificările și completările ulterioare<sup>1</sup> (denumită în continuare Legea nr. 11/1991), precum și ale prevederilor art. 5 lit. d) din H.G. nr. 162/2016 privind organizarea și funcționarea Consiliului interinstituțional în domeniul combaterii concurenței neloiale<sup>2</sup>.

Înființarea Consiliului Interinstituțional a fost stabilită conform prevederilor art. 8<sup>1</sup> 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:

---

<sup>1</sup> art. 8<sup>2</sup> 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*”;

<sup>2</sup> Art. 5 lit. d) din H.G. 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*”;

1. **Ministerul Finanțelor** – organ de specialitate al administrației publice centrale care asigură protecția comercianților împotriva publicității înșelătoare și publicității comparative, conform prevederilor Legii 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, cu completările și modificările ulterioare;
3. **Consiliul Național al Audiovizualului** – autoritate publică autonomă care asigură protejarea intereselor colective ale publicului în domeniul serviciilor audiovizuale, potrivit prevederilor Legii audiovizualului nr. 504/2002, cu modificările și completările ulterioare;
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 consumatorilor, conform prevederilor Legii 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 prevederilor Legii 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 prevederilor H.G. 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.

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 Finanțelor<sup>3</sup> aplică prevederile Legii nr. 158/2008 privind publicitatea înșelătoare și publicitatea comparativă, republicată<sup>4</sup> (denumită în continuare Legea nr. 158/2008), coroborate cu prevederile Legii prevenirii nr. 270/2017 și ale pct. 54<sup>5</sup> 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 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, artisanale 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 stabilitește 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 u obligațiilor prevăzute de lege în sur cina sa.

<sup>3</sup> prin Direcția generală ajutor de stat;

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

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

Ministerul Finanțelor<sup>6</sup>, 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 constator încheie un proces-verbal de constatare a contravenției prin care se aplică sancțiunea avertismentului, la care anexează un plan de remediere. 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/altei 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;
- **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**

---

<sup>6</sup> 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;

a modificărilor legislative instituite de prevederile Legii prevenirii nr. 270/2017 și ale pct. 54<sup>7</sup> 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 sesizărilor<sup>8</sup>/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 2023** - 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 2023, 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.

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

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

<sup>8</sup> 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. la adresa [www.mfiuante.gov.ro](http://www.mfiuante.gov.ro), la rubrica "Agenți economici" "Publicitate înșelătoare".

Concret, *Programul de verificare privind posibile fapte de publicitate înșelătoare și publicitate comparativă interzisă pentru anul 2023* 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 2023	4110 - Dezvoltare (promovare) imobiliară 4520 - Întreținerea și repararea autovehiculelor Comerț cu amănuntul în magazine nespecializate, cu vânzare predominantă de produse alimentare, băuturi și tutun 6201 - Activități de realizare a software-ului la comandă 7111 - Activități de arhitectură 7420 - Activități fotografice Activități de traducere scrisă și orală (interpreți)
Semestrul II 2023	7911 - Activități ale agențiilor turistice 7500 - Activități veterinare 8510 - Învățământ preșcolar 8552 - Învățământ în domeniul cultural 8121 - Activități generale de curățenie a clădirilor 8690 - Alte activități referitoare la sănătatea umană Activități de întreținere corporală

În anul 2023, la nivel național, au fost supuse verificării un număr de 13.138 de societăți comerciale, 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 2023*” 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 2024**

1. *Continuarea programului de verificare a societăților* în vederea identificării posibilelor fapte de publicitate înșelătoare și publicitate comparativă interzisă. Astfel, pentru anul 2024 se vor desfășura acțiuni de verificare a societăților care au ca activitate principală:

Perioada	Domeniile de activitate incluse în programul de verificare
Semestrul I 2024	<b>1032 - Fabricarea sucurilor de fructe si legume</b>
	4120 - Lucrari de constructii a cladirilor rezidentiale si nerezidentiale
	7022 - Activitati de consultanta pentru afaceri si management
	8553 - Școli de conducere (Pilotaj)
	8623 – Activități de asistență stomatologică
Semestrul II 2024	9602 - Coafura si alte activitati de infumusetare
	4511 - Comerț cu autoturisme si autovehicule ușoare (sub 3,5 tone)
	Comert cu amanuntul al calculatoarelor, unitatilor periferice si software in mag specializate
	Comert cu amanuntul al covoarelor, carpetelor, tapetelor si al altor acoperitoare de podea, in magazine specializate
	Comerț cu amănuntul al produselor cosmetice si de parfumerie, in magazine specializate
	9200 - Activitati de jocuri de noroc si pariuri
9603 – Activități de pompe funebre și similare	

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/publicitate-inselatoare1>, 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**

La nivelul autorității de concurență, în domeniul combaterii concurenței neloiale, anul 2023 a fost marcat de modificarea și completarea cadrului normativ secundar necesar aplicării prevederilor Legii nr. 11/1991, astfel cum a fost aceasta amendată de prevederile OUG nr. 84/2022 privind combaterea acțiunilor speculative și pentru modificarea și completarea unor acte normative, respectiv de adoptarea Regulamentului privind procedura de constatare și sancționare a practicilor de concurență neloială, a Instrucțiunilor privind condițiile, termenele și procedura de urmat pentru adoptarea de măsuri interimare, potrivit prevederilor art. 31 din Legea nr. 11/1991 și a Instrucțiunilor privind individualizarea sancțiunilor pentru contravențiile prevăzute la art. 4 din Legea nr. 11/1991.

Astfel, pe fondul modificărilor legislative ce au marcat anul 2022 și care au avut ca scop crearea unui cadru normativ general, care să asigure un nivel ridicat de protecție a consumatorilor și o bună funcționare a pieței interne (fiind reglementate aspecte referitoare la protejarea directă sau indirectă a consumatorilor împotriva unor majorări nejustificate de prețuri și disfuncționalități evidente ale pieței, în perioadele de stare de mobilizare parțială sau totală a forțelor armate și stare de război, stare de asediu și stare de urgență, stare de alertă sau alte situații de criză stabilite explicit prin acte normative), a apărut ca fiind necesară reconfigurarea legislației secundare incidente domeniului combaterii practicilor de concurență neloială, așa încât aceasta să poată răspunde cerințelor procedurale aferente cazurilor instrumentate de către autoritatea de concurență.

Punctual, ca urmare a modificării prevederilor Legii nr. 11/1991, ce au urmărit, cu precădere, clarificarea și extinderea sferei practicilor de concurență neloială interzise (respectiv discreditarea activității unei întreprinderi concurente sau a produselor și serviciilor sale, exploatarea poziției superioare de negociere, riscul speculativ), identificarea practicilor de concurență neloială manifestate în piață între întreprinderi, prin introducerea posibilității ca autoritatea de concurență să poată efectua analize preliminare, introducerea măsurilor interimare și a posibilității reducerii cuantumului amenzii pentru recunoaștere, cu un procent cuprins între 10 % - 20 % din amenda finală, creșterea nivelului sancțiunilor, atât pentru cele de fond, cât și pentru cele procedurale (ce vizează nesupunerea la inspecție, nefurnizarea informațiilor solicitate sau amenziile cominatorii), cele 3 acte normative secundare adoptate de către Consiliul Concurenței în anul 2023, au vizat:

- **Regulamentul privind procedura de constatare și sancționare a practicilor de concurență neloială**<sup>9</sup> - extinde sfera definirii unor termeni reglementați în cuprinsul Legii nr. 11/1991, clarifică modalitatea de înregistrare a sesizărilor privind posibile practici de concurență neloială, analiza și soluționarea acestora, precum și deciziile adoptate în domeniul concurenței neloiale, facilitând adresabilitatea către autoritatea de concurență prin intermediul formularului de sesizare, ce reprezintă anexa nr. 1 a actului normativ secundar referit. Regulamentul reiterează elementul de interes pe care îl presupune instrumentarea din punct de vedere administrativ a acestor practici de concurență neloială, respectiv faptul că, în acest domeniu, similar practicii la nivel european, prevalează răspunderea civilă, întrucât faptele care îi aduc atingere vizează, în general, interese individuale, astfel că, doar în situațiile în care practicile de concurență neloială pot avea un impact semnificativ asupra mediului economic în ansamblu, fiind vizat un interes public, operează răspunderea contravențională, competent fiind Consiliul Concurenței. Așadar, determinarea gradului în care este afectat un interes general reprezintă elementul central în stabilirea adresabilității operatorilor economici către autoritatea de concurență, în acest domeniu.

---

<sup>9</sup> publicat în Monitorul Oficial nr. 433/18.05.2023;



- **Instrucțiunile privind condițiile, termenele și procedura de urmat pentru adoptarea de măsuri interimare, potrivit prevederilor art. 31 din Legea nr. 11/1991<sup>10</sup>** – au scopul de a aduce clarificări de ordin conceptual și metodologic în ceea ce privește adoptarea de măsuri interimare de către Consiliul Concurenței, în vederea asigurării transparenței, certitudinii juridice, precum și a unui cadru unitar de abordare și de analiză în această materie. Astfel, o măsură interimară dispusă potrivit prevederilor art. 31 alin. (9) din *lege* trebuie să fie necesară, proporțională, provizorie și să aibă caracter de conservare, ținându-se seama de interesele legitime ale părților cărora li se adresează. Necesitatea măsurii interimare este justificată de urgența adoptării și de caracterul său indispensabil, doar o acțiune imediată a autorității de concurență fiind în măsură să prevină sau să oprească producerea unui prejudiciu grav și ireparabil adus întreprinderii/întreprinderilor.

- **Instrucțiunile privind individualizarea sancțiunilor pentru contravențiile prevăzute la art. 4 din Legea nr. 11/1991<sup>11</sup>** - au scopul de a aduce clarificări de ordin conceptual și metodologic în ceea ce privește individualizarea sancțiunilor de către Consiliul Concurenței, în vederea asigurării transparenței, certitudinii juridice, precum și a unui cadru unitar de abordare și de analiză în această materie. Pentru o organizare mai eficientă a activității Consiliului Concurenței și pentru a conferi întreprinderilor predictibilitate, instrucțiunile reglementează modul de individualizare a sancțiunilor pentru contravențiile prevăzute la art. 4 din Legea nr. 11/1991 ținând seama de gravitatea și durata faptei, cu respectarea principiului eficacității, proporționalității și al efectului disuasiv al sancțiunii aplicate. Astfel, în cuprinsul actului normativ secundar se stabilesc și celelalte elemente în funcție de care se face individualizarea sancțiunilor, precum: veniturile totale anuale ale întreprinderii realizate pe teritoriul României, veniturile realizate la nivelul unui punct de lucru sau alte tipuri de venituri, circumstanțele atenuante și agravante, capacitatea întreprinderii de a plăti amenda, precum și de majorarea specifică pe care o poate stabili Consiliul Concurenței în realizarea efectului disuasiv. Mai mult, au fost introduse prevederi referitoare la reducerile ce pot fi acordate ca urmare a recunoașterii faptei, precum și prevederi ce vizează amenzile cominatorii, ce pot fi aplicate în cazul nerespectării măsurilor impuse de autoritatea de concurență.

În acord cu competențele stabilite prin prevederile Legii nr. 11/1991, în anul 2023, Consiliul Concurenței a gestionat un număr de 48 de sesizări având ca obiect posibile practici de concurență neloială, acestea vizând, în principal, următoarele piețe/sectoare: comerț (produse alimentare, produse de panificație și patiserie, dispozitive și consumabile medicale, produse de birotică și papetărie, produse chimice, materiale de construcție), producția de produse chimice și materiale de construcții, servicii (transport rutier de persoane, servicii medicale, servicii imobiliare, servicii furnizare apă potabilă, servicii portuare, servicii închiriere spații comerciale, servicii de reparații/întreținere a vehiculelor rutiere, servicii turistice, servicii funerare, lucrări de instalații sanitare, de încălzire și de aer condiționat, consultanță, coafură și înfrumusețare).

---

<sup>10</sup> publicate în Monitorul Oficial nr. 412/15.05.2023;

<sup>11</sup> publicate în Monitorul Oficial nr. 527/14.06.2023;

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:

- 28 % din cazuri au vizat practica de concurență neloială referitoare la denigrarea unui competitor sau a produselor/serviciilor sale - art. 2 alin. (1) lit. a) din Legea nr. 11/1991<sup>12</sup>;
- 27 % din cazuri au vizat practica de concurență neloială referitoare la deturnarea clientelei unei întreprinderi, prin folosirea unor informații despre care acesta avea cunoștință la momentul săvârșirii faptei că reprezintă secrete comerciale sau informații confidențiale - art. 2 alin. (1) lit. b) din Legea nr. 11/1991<sup>13</sup>;
- 42 % din cazuri s-au referit la orice alte practici comerciale care contravin uzanțelor cinstite și principiului general al bunei credințe, producând sau putând produce pagube concurenților - art. 2 alin. (2) lit. d) din Legea nr. 11/1991<sup>14</sup>;
- 3 % din cazuri au vizat practica de concurență neloială referitoare la exploatarea poziției superioare de negociere a unei întreprinderi față de o altă întreprindere cu care s-a aflat sau se află într-o relație comercială de natură să îi producă acesteia din urmă un prejudiciu semnificativ și să fie de natură să afecteze concurența pe piață<sup>15</sup>.

În două dintre situațiile supuse atenției autorității de concurență, ce au vizat piața distribuției angro de materiale de construcții și piața lucrărilor de instalații sanitare, de încălzire și de aer condiționat, au fost deschise cercetări aprofundate, întrucât, potrivit cadrului legal aplicabil, efectele acestor posibile practici de concurență neloială au fost apreciate ca nefiind minore, putând avea impact semnificativ.

Totodată, în cursul anului 2023, 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, pe baza contribuțiilor transmise de către autoritățile și instituțiile ce fac parte din aceasta.

---

<sup>12</sup> "denigrarea unei întreprinderi concurente sau a produselor/serviciilor sale, de natură să îi lezeze interesele legitime, realizată prin comunicarea ori răspândirea de către o altă întreprindere sau un fost sau actual angajat de informații care nu corespund realității";

<sup>13</sup> "deturnarea clientelei unei întreprinderi concurente de către un fost sau actual angajat, prin folosirea unor informații despre care acesta avea cunoștință la momentul săvârșirii faptei că reprezintă secrete comerciale sau informații confidențiale și a căror dezvăluire poate dăuna semnificativ intereselor acelei întreprinderi";

<sup>14</sup> "orice alte practici comerciale care contravin uzanțelor cinstite și principiului general al bunei-credințe și care produc sau pot produce pagube concurenților".

<sup>15</sup> "exploatarea poziției superioare de negociere a unei întreprinderi față de o altă întreprindere cu care s-a aflat sau se află într-o relație comercială de natură să îi producă acesteia din urmă un prejudiciu semnificativ și să fie de natură să afecteze concurența pe piață, realizată prin acțiuni sau inacțiuni precum: refuzul nejustificat de a furniza sau de a cumpăra bunuri sau servicii, nerespectarea clauzelor contractuale privind plata, furnizarea sau achiziția, impunerea unor condiții nejustificat de oneroase sau discriminatorii față de obiectul contractului sau modificarea ori încetarea nejustificată a relațiilor comerciale cu întreprinderea parteneră".

### **3. Aspecte principale în domeniu – Oficiul de Stat pentru Inventii și Mărci**

Obiectivele generale ale instituției au fost stabilite după cum urmează:

1. Respectarea, realizarea și menținerea la cel mai înalt nivel a sistemului de management integrat, care să întrunească cerințele Ordinului Secretariatului General al Guvernului, nr. 600/2018, și ale standardelor ISO 9001:2015 și ISO/IEC 27001:2022.
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 profitabilității ca factori 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 proprietatea 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 organismele naționale și internaționale din domeniul proprietății industriale.

Obiectivele, legate în mod direct de atribuțiile OSIM, sunt suplimentate și cu obiective specifice, care decurg în mod necesar din colaborarea pe linie orizontală cu organismele internaționale și europene în domeniu, precum și din implicarea OSIM în susținerea inovării și competitivității industriei și economiei naționale, prin aspectele specifice drepturilor de proprietate industrială.

Cooperarea internațională joacă un rol esențial în facilitarea colaborării la nivel european, regional și global și favorizează colaborarea cu organizațiile internaționale facilitând schimbul de informații și experiență între statele membre, contribuind la îmbunătățirea practicilor și a standardelor la nivel internațional. OSIM își menține relațiile de colaborare organizațiile europene de proprietate intelectuală prin continuarea inițiativelor și derularea programelor europene cu EUIPO (Oficiul Proprietății Intelectuale a Uniunii Europene) sau OEB (Oficiul European de Brevete), reprezintă exemple concrete ale cooperării în domeniul proprietății intelectuale la nivel european.

În anul 2023:

- numărul cererilor de înregistrare a mărcii depuse la nivel național a fost de 12.269, evidențiind o creștere de 12,98% în comparație cu anul 2022. Totodată, în 2023 au fost examinate un număr de 12.302 de cereri de înregistrare mărci depuse pe cale națională, cu 12,81% mai mult decât anul 2022.
- numărul cererilor de brevet de invenție depuse la OSIM în 2023, a crescut de la 843 la 889 cereri, au fost eliberate 314 brevete de invenție, dintre care 303 aparțin titularilor români, iar 11 au titulari străini.
- au fost depuse 58 de cereri de model de utilitate, dintre care 46 au avut solicitanți români, iar 12 - solicitanți străini.

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

Printre cele mai semnificative rezultate realizate anul trecut, se numără și înființarea serviciului Anulări – Decăderi în cadrul Direcției Juridice OSIM, prin modificarea și completarea Hotărârii Guvernului nr. 573/1998 privind organizarea și funcționarea Oficiului de Stat pentru Invenții și Mărci, prin H.G. nr. 389/2023 publicată în Monitorul Oficial nr. 368 din 28 aprilie 2023.

În septembrie 2023, OSIM a finalizat cu succes o nouă etapă a proiectului de îmbunătățiri ale sistemului Back-Office, prin integrarea în sistem a dosarelor de anulare a mărcilor. Această implementare a crescut gama funcțională a sistemului și eficiența operațională a oficiului. Beneficiul major al acestui proiect este că OSIM poate acum să țină evidența electronică a tuturor dosarelor de anulare și astfel poate monitoriza electronic procesul de anulare.

OSIM a avut o participare activă și în cadrul proiectului pilot pentru sistemul modern de căutare “ANSERA” al OEB, care vizează înlocuirea sistemului actual “EPOQUENET”, folosit de către statele membre de o lungă perioadă de timp. Beneficiind de suportul specialiștilor OEB, OSIM s-a alăturat celorlalte oficii naționale participante și a început testarea noului instrument de căutare.

Și în anul 2023, OSIM a urmărit ca prin prezența la expozițiile de profil, participarea și organizarea de seminare, mese rotunde și diverse conferințe cu tematici legate de protecția proprietății industriale, să promoveze importanța protejării drepturilor de proprietate industrială în mediul academic și antreprenorial și să crească gradul de conștientizare a modului prin care își pot proteja rezultatele creațiilor lor. 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.

Prin intermediul inițiativelor și activităților desfășurate în anul 2023, Oficiul de Stat pentru Invenții și Mărci a continuat exercitarea rolului său de autoritate unică în România pentru protejarea proprietății industriale.

#### **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 2023 Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor a încheiat un număr de 2315 procese - verbale de constatare a contravenției și a emis un număr de 977 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 4 procese - verbale de constatare a contravenției.

Cu titlu de exemplu, sunt prezentate în continuare cazuri ce au făcut obiectul analizei Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor:

#### **A. practici incorecte:**

- preț/100g afișat pentru produsele comercializate neprecambalate cu caractere foarte mari în raport cu celelalte înscrisuri de pe eticheta de raft (preț pe unitatea de măsură – Kg);
- practici incorecte privind informațiile de pe eticheta produselor (compoziția);
- practică comercială incorectă prin omisiunea informațiilor esențiale la raft; utilizarea de substituenți în locul produselor declarate în meniu sau afișate;
- menținerea la raft a etichetelor promo expirate;
- promoții 5+1 gratis, neprobate sau false;
- neconcordanță preț la casă/preț la raft în defavoarea consumatorilor;
- diferență de preț între cel afișat la raft și cel de la casa de marcat,
- ofertă preț produs 5+1, fără a avea afișat prețul singular;
- comercializare produse cu evidențierea unor caracteristici speciale fără ca acestea să poată fi probate sau atestate sau fără ca acestea să fie reale;
- comercializarea unor produse care nu au configurate caracteristicile prezentate anterior consumatorilor;
- practică comercială incorectă, fiind contrară diligenței profesionale prin distribuirea și comercializarea unor produse care nu respectă, în realitate, specificațiile ce determină natura produsului;
- comercializarea unor produse/servicii cu prețuri diferite în lista de prețuri, față de prețul perceput la casa de marcat, în defavoarea consumatorului;
- practică comercială incorectă, fiind contrară diligenței profesionale prin comercializarea produselor așa cum sunt inscripționate și prin evidențierea doar a prețului redus exclusiv la folosirea aplicației operatorului economic;
- modificarea cantității prin recântărirea produselor împreună cu ambalajul acestora;
- analizând lista cu ingrediente și substanțe alergene, la produsul prăjitura ora 12 și savarină, ca ingredient se folosește frișca. Din documentele solicitate operatorului economic (fișa de producție) pentru prepararea prăjiturilor respective, acesta folosește atât frișcă naturală, cât și frișcă vegetală. Din pozele puse la dispoziție de către operatorul economic, de pe ambalajele produselor, acesta utilizează ca materie primă Crem advantage-preparat pe baza de grăsimi vegetale pentru umplut și decorat prăjituri, lista de ingrediente fiind compusă din apă, ulei vegetal total hidrogenat de palmier (E 255), zahăr, stabilizatori (E 420, E 460, E 466), emulsifiant (E 472), lecitină din soia - (E 322), proteină din lapte (cazemat de sodiu), aromă, corectori de aciditate (E 340, E 331), sare, colorant (E 160) și smântâna dulce pentru frișcă.) Operatorul economic folosește, deci, ingrediente de o calitate inferioară celor declarate, având gust și consistență diferite de produsul final, alt gust și alte caracteristici decât cele la care se pot aștepta, în mod rezonabil, consumatorii. Ținând cont de toate acestea, este vorba despre o acțiune înșelătoare față de consumatori, deficiențele constituind o practică incorectă, care induce în eroare sau este susceptibilă să inducă în eroare consumatorii, determinându-i sau fiind susceptibilă de a-i determina să ia o decizie de tranzacționare pe care, altfel, nu ar fi luat-o, ceea ce reprezintă o practică incorectă, considerată acțiune înșelătoare, conform prevederilor Legii nr. 363/2007, art. 6 alin. (1) litera b) - privind compoziția și modul de fabricație;

- la comercializarea se aflau gogoși cu ciocolată și croissante cu ciocolată, însă verificând materia primă utilizată la prepararea acestora a rezultat că se folosea în loc de ciocolată cremă stabilă termic, conform etichetei aplicată pe ambalaj. Operatorul economic folosește, deci, ingrediente de o calitate inferioară celor declarate, având gust și consistență diferite, produsul final având, astfel, alt gust și alte caracteristici decât cele la care se pot aștepta, în mod rezonabil, consumatorii;

- în lista de meniu existau diferite tipuri de pizza, pentru care se menționa ca materie primă „mozzarella”, însă, în spațiile frigorifice s-a regăsit produsul „topping pizza”. Operatorul economic folosește, deci, produse inferioare celor menționate în lista de meniu, cu gust, consistență și compoziție diferite, produsul final având, astfel, alte caracteristici decât cele la care se pot aștepta, în mod rezonabil, consumatorii. Ținând cont de toate acestea este vorba despre o acțiune înșelătoare față de consumatori, deficiențele constituind o practică incorectă, care induce în eroare sau este susceptibilă să inducă în eroare consumatorii, determinându-i sau fiind susceptibilă de a-i determina să ia o decizie de tranzacționare pe care, altfel, nu ar fi luat-o, ceea ce reprezintă o practică incorectă, considerată acțiune înșelătoare, conform Legii nr. 363/2007, art. 6 alin. (1) litera b) - privind compoziția și modul de fabricație;

- în bucătăria restaurantului, pe aparatul de gătit, în vase de inox, au fost găsite ciorbe preparate (ciorbă de burtă, ciorbă de legume), fără conținut de carne (burtă, pui, porc). Carnea porționată fiartă, burtă vită, aripi pui, carne porc, erau depozitate în frigider, la temperatura de refrigerare, urmând ca acestea să fie reîncălzite și utilizate la momentul servirii preparatelor culinare existente în meniu, la comandă. S-a concluzionat că operatorul economic nu respectă nici rețetele și nici declarațiile proprii, conform listei de meniu; servește ciorbă de burtă, de porc, de aripi pui, însă, în realitate, preparatele sunt ciorbe de legume sau de burtă, la care, ulterior, se adaugă carnea, fiartă separat și păstrată separat. Acestea sunt susceptibile de a induce în eroare consumatorul mediu, cu privire la preparatele culinare menționate, în raport cu principalele caracteristici ale produselor menționate: fabricarea, compoziția, modul de fabricație sau al prestării serviciilor, întrucât, prin modul de prezentare și procedeul de fabricație utilizat, induce în eroare sau este susceptibilă să inducă în eroare consumatorul mediu, pe baza informațiilor primite în meniu, toate acestea constituind o practică incorectă - acțiune înșelătoare, așa cum este reglementată de prevederile art. 6, alin. (1), litera b) din Legea nr. 363/2007;

- există la comercializare produsul “Schweppes”, băutură răcoritoare apă tonică, mandarin și bitter lemon, în cantitate de 220 peturi de 1,5 l, în valoare totală de 1929,18 lei, care avea prețul de vânzare afișat, de 7,75 lei/per pet de 1,5 l. În urma verificării, la casa de marcat, s-a constatat că prețul încasat, conform bon fiscal emis, este de 8,69 lei, fapt ce încalcă prevederile art. 6, lit. d), fiind considerată o practică comercială înșelătoare, ceea ce reprezintă o practică incorectă, considerată acțiune înșelătoare, conform Legii nr. 363/2007, art. 6 alin. (1) litera d). De asemenea, la raionul de legume fructe, la produsul lămâi la plasă și lămâi vrac, operatorul economic afișa la raft, lângă prețul produsului, țara de origine ca fiind Turcia. La verificarea etichetelor de pe ambalajul produselor menționate s-a constatat că acestea provin din Grecia, respectiv din Spania, ceea ce reprezintă o practică incorectă, considerată acțiune înșelătoare, conform Legii nr. 363/2007, art. 6 (1) litera b);

- la data și ora controlului se afla la comercializare produsul “*telemea bivoliță*” (conform etichetei); în realitate, analizând eticheta, conform indicațiilor aflate pe ambalajul produsului, rezultă faptul că produsul avea în compoziție 80 % lapte de vacă pasteurizat și doar 20% lapte de bivoliță pasteurizat, cheag, sare. S-a concluzionat că produsul de mai sus, aflat la comercializare, are gust și compoziție

diferită decât cel la care se aștepta în mod rezonabil consumatorul care face alegerea. Acestea sunt susceptibile de a induce în eroare consumatorul mediu, sugerându-i-se că produsul ar fi “*telemea bivoliță*”, însă, în realitate este “*telemea de vacă*”, în produs regăsindu-se doar 20% lapte de bivoliță. Toate acestea îl determină sau sunt susceptibile de a-l determina pe consumator să ia o decizie de tranzacționare pe care, altfel, nu ar fi luat-o, prin prisma prevederilor art. 6, alin. 1, litera b) din Legea nr. 363/2007;

- operatorul economic, expune la raft prețuri ale unor pachete ca și cum ar fi promoții, constând în: pachet “*Maggi – Secretul Gustului aromă de legume*”, 400 grame preț 1 buc 9,59 lei (reduc de la 12,79 lei), iar pachetul de 2 bucăți cu bandă pe care este înscrisă oferta “*50% reducere din al doilea produs*” – având preț pachet 19,18 lei. Dar, 50% din al doilea produs este 4,795 lei + 9,59 lei (1 buc) = 14,385 lei și nu 19,18 lei, cât este expus la raft pentru consumator. Se observă că 2 bucăți costa 19,18 lei (9,59 lei x 2 buc = 19,18 lei);

- nu există produsul singular la raft pentru produsul zahăr vanilat “*5+1*” și nici pentru iaurt Olympus “*2+2*”;

- produsul “*Bere Blondă Tuborg*”, doze 0,5 litri, pachet promoțional “*5+1*”, la raft prețul expus este de 21,93 lei, dar produsul singular expus la raft are prețul de 4,09 lei, astfel că, 4,09 lei x 5 buc = 20,45 lei, diferența prețului la raft fiind mai mare cu 1,5 lei față de prețul calculat; în realitate aceasta neconstituind o ofertă după cum este specificat pe pachet “*5+1*” (o doză gratuită);

- pachet 4 buc x 0,5 l “*Tuborg bere blondă*”, pe care este înscris cu roșu “*10% reducere*”, dar nici această ofertă nu se respectă, deoarece prețul expus la raft este de 15,80 lei, în realitate 10% pentru acel pachet de 4 bucăți ar trebui să aibă preț final 14,24 lei și nu 15,80 lei (după cum este expus la raft);

- pachet “*bere Golden Brau 5+1*”, pret 14,73 lei, dar prețul unui produs singular, al unei sticle de 0,33 litri este de 2,58 lei - astfel că 2,58 lei x 5 sticle = 12,9 lei și nu 14,73 lei, după cum se oferă pachetul consumatorului;

- “*pachet 2 bucăți Ciorbă de vacuță&pu*” cu bandă roșie informația 15% reducere, ce are preț la raft 28,03 lei, dar prețul unei conserve de ciorbă de vacuță 400 grame este de 15,19 lei - astfel că, prețul pentru 2 bucăți este 31,18 lei, iar 15% reducere din pachet este de 26,50 lei și nu 28,03 lei (după cum se oferă consumatorului); nici în acest caz oferta nu este respectată, consumatorul fiind atras să cumpere produsele în cauză crezând că este o ofertă; în realitate aceasta nu este o promoție, reducere. Astfel, față de cele de mai sus, se consideră că este o practică comercială incorectă a operatorului economic, respectiv o acțiune înșelătoare, deoarece prin expunerea la raft a unui preț mai mare, diferit, incorect față de calcul, rezultatul calculului – conform reducerii de 10%, 15%, respectiv a promoției de “*5+1*” (ar fi trebuit să fie mai mic), este de natură a induce în eroare sau este susceptibilă să inducă în eroare consumatorul mediu. În ambele ipoteze, fie îl determină, fie este susceptibilă a-l determina pe consumator să ia o decizie de tranzacționare pe care altfel nu ar fi luat-o, încălcând în acest mod prevederile Legii nr. 363/2007, art. 6 alin. (1) lit. d;

- produsul “*paste*” - erau porționate și fierte, depozitate în frigider, la o temperatură de 4 grade Celsius, contrar legii și indicațiilor producătorului. Conform rețetei consacrate, după fiere, între 5 - 15 minute, pastele se scurg și nu se clătesc, pentru a nu i se spăla toți nutrienții și pentru a nu-și pierde gustul lor specific. În această situație, pastele fierte și ținute la rece își pierd proprietățile organoleptice, produsul final, obținut prin această metodă (fierbere prealabilă și păstrare în frigider),

având un gust și o consistență diferite. Ținând cont de toate acestea, este vorba despre o acțiune înșelătoare față de consumatori, deficiențele constituind o practică incorectă, care induce în eroare sau este susceptibilă să inducă în eroare consumatorul, determinându-l sau fiind susceptibilă de a-l determina pe consumator să ia o decizie de tranzacționare pe care, altfel, nu ar fi luat-o, ceea ce reprezintă o practică incorectă, considerată acțiune înșelătoare, conform prevederilor Legii nr. 363/2007, art. 6 alin (1) litera b) - privind compoziția și modul de fabricație;

- fructe și legume depreciate, deshidratate, mușgai, neconcordanță preț raft/preț bon casa de marcat;
- produse cu data durabilității minimale depășite;
- produse din carne refrigerate vrac valabile 24 ore după desigilare, fără menționarea datei desigilării, pește congelat fără etichetă/ladă frigorifică neigienizată, cu gheață în exces/practici incorecte - pachet 1+1 gratis fără produs referință pentru verificare ofertă;
- neconcordanță preț raft - preț bon fiscal/prețuri nevizibile, lizibile;
- lipsă declarație nutrițională/alergeni/inducere în eroare a consumatorului;
- practici incorecte privind informațiile de pe eticheta produselor (compoziția), față de denumirea produsului;
- practică comercială incorectă prin omisiunea informațiilor esențiale la raft;
- menținerea la raft a unor etichete promo expirate;
- promoții, neprobate sau false;
- neconcordanță preț la casă/preț la raft în defavoarea consumatorilor;
- practici incorecte privind informațiile de pe eticheta produselor (compoziția);
- utilizarea de substituenți în locul produselor declarate în meniu sau afișate;
- promoții 5+1 gratis, 2+1 gratis, 50 % gratuit din al doilea produs fără a exista produsul de referință, afirmații privind unele caracteristici pe care le-ar deține produsul fără a exista documente doveditoare;
- neconcordanță compoziție fibroasă declarată pe eticheta produsului și rezultatele expertizei Larex;
- țara de origine a produselor;
- neconcordanță la gramaj cantitate declarată și cea rezultată prin cântărire;
- produse cu caracteristici/afirmații nedovedite;
- declararea la ingredientele din lista de meniu că utilizează „*parmezan*” și „*frișcă*”, când în realitate aceste produse sunt înlocuite de alte produse asemănătoare, respectiv „*grana padano*” și „*spray creme with vegetable fat*”, fapt considerat ca fiind acțiune înșelătoare conținând informații false, inducând în eroare sau fiind susceptibil să inducă în eroare consumatorul mediu;
- s-a găsit preparat pilaf, din data de 27.08.2023, respectiv carne de pui și de porc, porționată și fiartă, depozitată în frigider, scoasă din ciorba a la grec și ciorba țărănească;
- produsul ambalat se comercializa la gramaje diferite, înscrise pe eticheta acestuia;
  - bananele comercializate, având țara de origine Columbia, aveau înscris pe eticheta de la raft țară de origine Ecuador;
- expunerea la comercializare a produselor lactate având în compoziție grăsimi animale și grăsimi vegetale sau doar grăsimi vegetale, în zona semnalizată UNT, adică zona destinată produselor lactate autentice, fapt ce induce în eroare consumatorul mediu;
- în unitate existau la comercializare produse alimentare și nealimentare în promoții/reduceri, fiind identificate afișe cu termenul de promoție depășit, respectiv data de 14.01.2024, cu o zi încheiată față de data și ora controlului;



- operatorul economic folosea ca materie primă pentru prepararea diverselor sortimente de paste din meniu paste făinoase prefierate, depozitate în frigiderul blocului alimentar controlat, în condițiile în care, potrivit rețetei pastelor făinoase recomandate de către producător, modalitatea corectă de preparare a pastelor este fierberea și adăugarea imediată la diferite sosuri sau ingrediente;
- produsul identificat în meniul restaurantului era oferit spre comercializare cu specificarea faptului că produsul este preparat cu smântână pentru gătit, când, în realitate, produsul afișat în meniu era preparat prin utilizarea cremei pentru gătit pe bază de ulei de floarea soarelui și a ingredientului soia;
- conform etichetei afișate pe produs, acesta reprezintă un produs fără adivi, fără nitriți după cum rezultă din sintagma "*Mezeluri fără E-uri.*", iar pe verso-ul produsului, pe eticheta aferentă, este specificat "*Nu conține nitrit de sodiu adăugat*". De asemenea, în lista ingredientelor, respectiv în fișa tehnică a produsului în cauză, nu este menționat nici un aditiv. Conform buletinelor de analiză emise de către instituțiile abilitate, rezultă că produsele controlate conțin azoțiți în diferite concentrații;
- comercializarea de produse prin afișarea de informații eronate. Cu titlu exemplificativ: produsul "*Plastelină colorată HAPPY DAY*" era expus la comercializare având aplicată o etichetă incorectă cu privire la compoziția produsului, eticheta indicând ca și compoziție a produsului făina, apa, pigmenți, însă la o investigație a produsului s-a constatat faptul că acesta are o textură cauciucată;
- comercializarea de produse cu etichete conținând informații false cu privire la țara de proveniență;
- produse expuse la comercializare având afișate la raft eticheta cu prețurile de vânzare conținând reducerile aplicate potrivit campaniei promoționale, însă prețurile reduse nu erau calculate corect, rezultând un preț redus afișat la raft mai mare decât prețul calculat prin aplicarea procentului din campania promoțională;
- se comercializau produse la promoție „2 la preț de 1” la prețul de 38 lei, în condițiile în care produsul de referință la bucată avea un preț de 35 lei, iar produsul oferit în plus la promoția afișată, nu era oferit în mod gratuit conform promoției afișate, în realitate acesta având un cost de 3 lei;
- la standul unde erau depozitate spre vânzare apă carbogazificată în peturi la 2 l și bere la sticlă în lăzi sortimentul "*Tiltott Igai Sor și Tiltott Csiki Sor*" 500 ml., prețurile sunt afișate în dreptul produselor, pe panouri de ofertă specială, în condițiile în care aceste produse nu se află în promoție, prețurile fiind tipărite pe formularele standard de "*OFERTA SPECIALĂ*", fără a se conștientiza faptul că, astfel clientul este atras să ia o decizie de tranzacționare pe care altfel nu ar fi luat-o;
- se constată folosirea de practici comerciale înșelătoare prin faptul că pe prima pagină a site-ului [www.amora.ro](http://www.amora.ro), unde este prezentată promoția REVOLUȚIA PREȚURILOR, la secțiunea PERUCI NATURALE, printre produsele naturale, aflate la reducere, sunt și produse sintetice, care nu trebuiau să fie cuprinse în categoria perucilor naturale;
- la diferite sortimente de preparate alimentare, în lista de meniu apare ca ingredient "*smântână lichidă*", folosindu-se de fapt produsul GRAN CUCINA, pe bază de grăsimi vegetale;
- operatorul economic folosește produsul „*Hulala*” pe bază de grăsimi vegetale, iar în lista de meniu apare denumirea de frișcă (produs pe bază de lapte în mod exclusiv);
- se păstrează în blocul alimentar, respectiv în congelator, pentru utilizare-servire ulterioară, tocăniță din mistreț, preparatul fiind congelat. În mod clar odată tocănița din mistreț preparată, răcită și apoi congelată își pierde din proprietățile culinare, gust, proprietăți rezonabile așteptate de către consumator. Totodată, se modifică starea termică a produsului contrar prevederilor legale, care interzic modificarea stării termice a produselor/preparatelor;

- diferența de preț la cârnații de casă, pe eticheta de la galantar emisă de cântar la momentul cântării fiind de 23,75 lei/kg, iar pe bonul de la casa de marcat prețul produsului fiind de 47,50 lei (dublu);
- încheierea de contracte de utilități, de tip „door to door”, la persoane vârstnice din mediul rural, obținând datele necesare pentru contracte prin fotografierea ultimelor facturi de utilități (energie electrică și gaze naturale) solicitate viitorilor clienți, cu scopul verificării index-ului de la contoare. Această practică este contrară diligențelor profesionale;
- operatorul nu a procedat la transmiterea de informații exacte și corecte asupra modului de utilizare și consum de după deschiderea ambalajului produsului, astfel se omite o informație esențială necesară consumatorului;
- acțiune înșelătoare referitoare la principalele caracteristici ale produsului, cantitate, preț;
- contract telefonie mobilă agreat și neonorat;
- practică comercială incorectă la produsul „ceafăporc”, nu este respectat prețul anterior practicat în ultimele 10 zile;
- utilizarea sintagmei de produs tradițional și rețetă tradițională;
- emiteră factură cu index mai mare decât cel comunicat de distribuitor;
- nementionare pe factură a sumei din regularizare corectă;
- perceperea unui preț mai mare, în plus față de prețul afișat la raft sau reducerea promoțională afișată;
- neacordarea compensațiilor/plafonării pentru consumul de energie electrică/gaze naturale;
- neconcordanța dintre țara de proveniență marcată pe ambalajul produsului și cea afișată la raft;
- comercializarea unor produse sub sintagma produse tradiționale, fără a se putea face dovada atestării produselor;
- comercializarea unor pachete de produse (3+1), (5+1), fără ca în preț să se regăsească gratuitatea produsului;
- 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);
- comercializarea unor produse „cu preț redus”, deși produsele au aceleași prețuri ca și în perioada anterioară desfășurării promoției;
- lipsa menționării în contracte a unor informații esențiale: lista evaluatorilor, DAE;
- lipsa de la comercializare a produsului singular, de referință;
- lipsa indicării perioadei desfășurării promoției sau faptul că aceasta se desfășoară în limita stocului disponibil;
- 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;
- comercializarea de fructe și legume cu informarea etonată la raft a consumatorilor asupra țării de origine, a categoriei de calitate;
- prezentarea unei oferte promoționale de tipul „5+1”, „pachet promo 50% reducere din al doilea produs”, dar fără a exista la comercializare și produsul de referință care să ateste promoția/avantajul/bonusul ce sugerează un avantaj al prețului la cumpărarea pachetului promoțional;

- prezentarea unor oferte promoționale de tipul “1+1”, “1+1 gratis”, ”3 la preț de 2”, ”6 + 2 - 8 bucăți la preț de 6”, în realitate informația prezentată privind prețul, modul de calcul al prețului sau avantajul prețului nu poate fi dovedită, folosirea unei forme grafice în combinație cu cuvântul ”*promo*” (marcă înregistrată) care induce în eroare consumatorul asupra unui posibil avantaj de preț, oferit de produs;
- prezentarea unor oferte promoționale de tipul „20% gratis”, „15% gratis”, „12% gratis”, în realitate informația prezentată privind prețul practicat sau avantajul specific prețului nu poate fi dovedită;
- comercializarea unor produse promoționale cu afișarea sintagmei „*SUPER OFERTĂ*”, fără a exista la comercializare și produsul singular/de referință, care să ateste avantajul prețului la cumpărarea pachetului;
- înscrierea mențiunii că produsul nu conține conservanți și alte adaosuri, în condițiile în care reglementările legale în vigoare nu permit adăugarea de conservanți și alte adaosuri în produsele prezentate drept „*carne tocată*„;
- înscrierea pe eticheta produsului carne tocată semipreparată, denumire de natură a induce în eroare consumatorul, prin încercarea de a-i conferi caracteristici calitative superioare, și anume lipsa oricărui adaos și aditiv;
- comercializarea unor produse aflate la comercializare 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, prezentând informații incomplete consumatorilor referitor la motivația reducerii, contrar prevederilor legale;
- neconcordanțe între prețul de referință afișat la raft/revista promoțională și prețul de la casa de marcat;
- comercializarea unor produse cu sintagma „5+1”, sugerând că, la achiziționarea a 5 bucăți, consumatorul beneficiază de o bucată gratis, fără a se verifica această supoziție;
- comercializarea unor produse aflate la promoție cu sintagma „2+ 1 GRATIS” și „*SUPER OFERTĂ 2+1 GRATIS*”, fără a exista la comercializare și produsul singular/de referință, care să ateste promoția/avantajul/bonusul ce sugerează un avantaj al prețului la cumpărarea pachetului promoțional;
- comercializarea produsului ”*Hârtie igienică*”, având pe ambalaj informația inexactă ”*lungime rolă 15 m*”, în realitate lungimea reală măsurată a rolelor fiind între 13 și 14 m;
- înscrierea de către prestatorul de servicii a sintagmei „*Numărul 1 mondial în epilare definitivă*”, nedovedită, deci inexactă;
- comercializarea unor produse (tigăi, oale de gătit) având afișate pe ambalaj sintagma „*The world's best pan*” (cea mai bună tigaie din lume), informații nedovedite, deci inexacte;
- oferirea de către comerciant a unor informații eronate privind natura, compoziția, denumirea produselor sau inducerea în eroare asupra acestora prin modul de prezentare/expunere către consumatori (piatră rulată smarald prezentată drept smarald și „*brățuri cristal*” produse din sticlă);
- prezentarea de către comerciant a unor informații eronate privind natura, compoziția, denumirea produselor sau inducerea în eroare asupra acestora prin modul de prezentare/expunere a produselor către consumatori, de exemplu: specialitate Electon în loc de sos Tzatzichi, se folosește Hulala drept frișcă lichidă, utilizarea produsului Gran Moravia în loc de parmezan, produsului La Festa în loc de ciocolată caldă, Finetti în loc de ciocolată, Megle, Montan D”ORO, HULALA Gran Meyer Profesional, în loc de frișcă; utilizarea produsului Nutella, Bolero cremă tartinabilă pentru uz profesional, în loc de ciocolată pentru produsele Corn cu ciocolată, croissant cu ciocolată; Cremesa

cremă cacao cu alune în loc de ciocolată și crema căpșuni în loc de gem de căpșuni; se folosește brânză dură răzuită în loc de parmezan și brânză mărunțită, cu mușcăi albaștri în loc de gorgonzola; Crema da Cucina în loc de smântână și brânză tare "Leonessa", în loc de parmesan; folosirea de sos de maioneză în loc de maioneză;

- oferirea de către comerciant a unor informații eronate privind modul de fabricare pe care consumatorul îl cunoaște și la care se așteaptă în mod rezonabil: prepararea separată a ciorbei de legume la care adaugă ulterior, în momentul servirii, carnea fiartă porționată (pui, pește, vită, de burtă, perișoare etc.);
- paste penne și spaghetti preparate și refrigerate și servite ulterior;
- oferirea de către comerciant a unor informații eronate privind compoziția, fabricarea sau inducerea în eroare asupra acestora prin modul de prezentare/expunere către consumator (folosirea produsului Aro-Brânză cu pastă tare în loc de parmezan);
- nerespectarea de către operatorul economic/profesionist a cantității afișate pentru produsul finit (shaorma) comercializat;
- comercializarea pizza cu "ton de post", la ingrediente fiind menționat preparat alimentar pe bază de ulei vegetal și proteină din lapte;
- transmiterea de către profesionist a unui material de promovare înșelător, prin oferirea unei consultații oftalmologice gratuite, dar în realitate se oferă numai o consultație/măsurătoare optometrică, consultația oftalmologică fiind contracost;
- oferirea de către comerciant a unor informații înșelătoare privind aplicarea unor reduceri de preț, în realitate nu s-a putut demonstra veridicitatea acestor reduceri; afișarea informației înșelătoare "comanda minimă de 75 lei" pentru transport gratuit, în realitate transportul fiind gratuit și pentru valori mai mici ale comenzii;
- omiterea prezentării de către operatorul economic a unei informații esențiale pentru luarea deciziei corecte de către consumatorul de servicii, în speță faptul că entitatea nu este acreditată și autorizată conform legislației în vigoare;
- consumatorului nu i se oferă posibilitatea achiziționării unui produs cu un avantaj al prețului conform informațiilor menționate pe pachetele promoționale;
- nu se oferă posibilitatea achiziționării produsului la prețul asupra căruia s-a făcut informarea la locul de comercializare;
- acțiune înșelătoare prin modul de prezentare al produselor pentru care nu s-au prezentat documente sau studii din care să rezulte veridicitatea informațiilor;
- inducere în eroare prin modul înșelător de informare asupra ingredientelor folosite;
- prezentarea unui produs ca fiind fabricat în unitatea proprie de producție, când în realitate este fabricat de către un alt operator economic,
- utilizarea în cadrul procesului de alimentație a copiilor de produse congelate, contrar informațiilor existente în contract și pe pagina de internet, unde profesionistul precizează că în cadrul programului său încurajează copiii pentru o alimentație sănătoasă prin consumarea de fructe și legume proaspete;
- falsa impresie asupra caracteristicilor esențiale ale produsului, respectiv în lista de meniu este menționat faptul că se folosește "parmesan" ca ingredient, în realitate produsul utilizat este "Hard grated chees", amestec brânzeturilor cu pasta tare, acesta din urmă fiind un produs inferior;

- lichidare de stoc falsă prezentată de către operatorul economic, menită să crească vânzările sau să le impulsioneze;
- emitere note de constatare cu penalitate pentru consumatorii care au achitat taxa de parcare prin SMS;
- diferențe de preț între valoarea înscrisă pe bonul de cântar amplasat în magazin și cele de pe bonul fiscal, în defavoarea consumatorilor;
- prețul de referință la care se raportează reducerea de preț nu este corect, nefiind cel mai mic preț practicat în același spațiu de vânzare în perioada ultimelor 30 de zile înainte de data aplicării prețului redus,
- calcularea dobânzii prin aplicarea unor formule de calcul discreționare de care consumatorii nu au cunoștință;
- neconcordanța între denumirile produselor menționate la locul de comercializare și denumirile date de producător;
- comercializarea pe platforma proprie online afișând spre informarea consumatorilor pe site un preț final de vânzare promoțional, neputând face dovada prețului de referință practicat în ultimele 30 de zile anterior promoției;
- comercializarea de produse sub sintagma ”cu ciocolată”, ”aroma de ciocolată”, ”gust de ciocolată”, ingredient care nu se regăsește în lista de ingrediente;
- prin enunțul postat atât pe site, cât și la punctul de lucru, respectiv “*Maxx Motion Diesel curăță activ motorul prin tehnologia ActiveFlow*” se induce consumatorului ideea că, dacă ar alimenta cu acest tip de carburant, care este prezentat ca fiind testat pe scară largă în laboratoare (neexistând mai mult de un laborator respectiv, cel de la Universitatea Tehnică din Cluj Napoca), viața motorului ar fi prelungită și ar beneficia de o performanță superioară a acestuia. A omis a se preciza exact tipul de motor care poate beneficia de facilitățile folosirii Maxx Motion Diesel - susținute de studiul Universității Tehnice din Cluj Napoca doar pentru tipul de motor Volkswagen avm 1.9 TDI;
- neconcordanța între cantitatea netă declarată pe ambalajele produselor și gramajele rezultate în urma cântării acestora prin mijloacele de măsurare verificate metrologic din cadrul unității, consumatorul achitând lichid serosanguinolent și ambalaj la preț de produs;
- practica de a emite angajamente de plată care nu conțin toate elementele aferente costurilor;
- practica de a realiza rambursarea anticipată parțială în cadrul contractelor de credit încheiate în baza programului guvernamental PRIMA CASĂ (contracte încheiate inițial între consumator și Banca Leumi), doar la data scadentă următoare și prin achitarea unor sume conform următoarelor rate de principal din graficul de rambursare;
- practica de a proceda la poprirea conturilor de credit fără a identifica și o soluție prin care consumatorii să poată să achite ratele aferente contractelor de credit;
- practica de a nu da curs operațiunii de rambursare anticipată parțială la solicitarea consumatorilor, pentru contractele de credit încheiate în baza programului guvernamental PRIMA CASA, în situația în care conturile acestora sunt poprite, iar sumele indisponibilizate, conform organului de executare sunt mai mici decât cele existente în fondurile consumatorilor;

- transmiterea către consumatori a unor informații incorecte cu privire la un viitor proiect imobiliar pentru care, la data și ora controlului nu se poate oferi un orizont de timp rezonabil pentru finalizare și, cu atât mai mult, nu poate demonstra existența avantajelor, pentru consumator în special, cu privire la existența și natura serviciului promovat;
- lipsa în unitatea de vânzare a produsului singular;
- nerespectarea prețurilor promoționale pentru produsele oferite consumatorilor spre comercializare (al doilea produs la 50% din preț) - conform informațiilor afișate la produs;
- originea geografică la fructe/legume diferită pe eticheta de raft față de cea de pe eticheta produsului sau documentele însoțitoare;
- în listele de meniu era menționat ca și ingredient al unor preparate culinare frișca, dar în realitate se utilizau înlocuitori pe bază de grăsimi vegetale;
- diferențe, în defavoarea consumatorilor, între prețurile afișate la raft și cele practicate la casa de marcat; indicarea unor țări de origine ce nu corespundeau cu realitatea în cazul unor legume și fructe;
- comercializarea unor pachete de produse promoționale, de tipul 5+1 sau pachete compuse din produse diferite, indicând un avantaj al prețului, însă fără a exista la comercializare și produsul sau produsele de referință;
- în cazul promoțiilor sau produselor cadou, lipsesc produsele cu prețul de referință;
- utilizarea denumirilor de „*tărănesc*”, „*de casă*” în denumirea produsului, inducându-se ideea că produsul este preparat la țară, conform rețetelor proprii ce aparțin țăranilor sau gospodăriilor proprii;
- produse existente la vânzare sub sintagma „*STOC LIMITAT*”, consumatorul fiind dus în eroare și determinat a le cumpăra, pe motiv că acestea s-ar putea să nu mai existe la comercializare, la o dată ulterioară;
- campanie promoțională depășită ca valabilitate, consumatorii care achiziționau produsele, atrași de mesajul care promite participarea la un concurs cu câștiguri, nu puteau participa la concursul respectiv întrucât perioada campaniei era finalizată;
- sortiment de orez expus la comercializare, care avea înscrisă pe ambalaj denumirea „*Orez Bob Mare, orez cal. I*”, pe verso-ul ambalajului avea menționată inscripția „*Orez Deroni Bob Mare*”, iar în partea de jos a ambalajului exista inscripția „*Bob mijlociu/Medium Grain*”;
- prezentarea produsului, pe eticheta de preț, ca fiind pâine neagră, fapt ce induce consumatorului ideea că produsul este preparat în totalitate din făină neagră, pe când, în realitate, produsul este *pâine cu făină neagră*, având în compoziție și făină albă;
- facturare a consumului de energie electrică după estimat, nefiind luate în considerare consumurile citite la contorul electric într-un decurs de 26 luni calendaristice, adică un contor necitit 26 luni, fără ca operatorul economic să adopte diligența profesională cerută și să respecte legile specifice domeniului de activitate;
- afișarea informației „*Mereu avantajos*” – „*Avantajos astăzi/avantajos mâine /avantajos în fiecare zi*” și „*Mereu avantajos*” având ca scop formarea intenției de cumpărare exclusiv în considerarea vizualizării unui astfel de mesaj.

#### **B. publicitate înșelătoare/comparativă:**

- produse cu sintagma „*de casă*”, acestea nefiind de casă, ci fabricate în serie, etichetate sub sintagma „*La Sibieni*”, nu toate produsele provenind din zona geografică a Sibiului;

- folosirea sintagmei “*cel mai bun preț*”, fără a demonstra acest lucru;
- publicitate înșelătoare la produsul Nivea Deodorant spray + cremă de corp pachet, astfel: la raft există afișată eticheta prin care consumatorii erau informați că în unitate “*de la 15.12.22 până la 13.01.23*” se comercializează produsul/pachet Nivea Deodorant spray + cremă de corp pachet, la oferta “*MAI IEFTIN*”. În limita stocului disponibil, %, 29,99 lei barat – 6%, 27,99 lei”, fără ca la data și ora controlului în unitate să existe disponibil produsul - stocul fiind zero. Din documentul prezentat s-a constatat că ultimul produs a fost vândut în data de 05.01.2023;
- publicitate înșelătoare - la raft existau informații privind comercializare de produse la ofertă, fără ca în unitate să existe produsele în stoc;
- produsul Vin roze Cultura Vini, menționat în pliantul publicitar ca produs care se vinde la ofertă, este semnalizat la raft cu informația „din promoția noastră preț vechi barat 9,99 lei, preț nou 8,99”, fără ca produsul să fie expus la vânzare.

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

Cu privire la implementarea legislației cu impact relevant în menținerea unei piețe concurențiale loiale în anul 2023, Oficiul Român pentru Drepturile de Autor aduce în atenție faptul că în data de 14.12.2023 a fost aprobat în ședința de Guvern Proiectul de Hotărâre de Guvern (HG 1272/2023) pentru aprobarea Strategiei naționale în domeniul proprietății intelectuale 2024 – 2028 și a Planului de Acțiune în domeniul proprietății intelectuale 2024 – 2028 și pentru organizarea și funcționarea Comitetului interdepartamental pentru coordonarea strategiei și politicilor în domeniul proprietății intelectuale. În Monitorul Oficial Partea I nr. 1160/21.12.2023 a fost publicat HG 1272/2023 privind Strategia națională în domeniul proprietății intelectuale 2024 – 2028.

De asemenea, de-a lungul anului 2023 au avut loc numeroase reuniuni în scopul elaborării strategiei în referință, ORDA, în calitate de coinițiator, participând la toate aceste reuniuni și contribuind în mod activ la elaborarea documentelor aferente și a strategiei. Menționăm faptul că ultima strategie în domeniul proprietății intelectuale s-a încheiat în anul 2007, de atunci România nu a mai dispus de un document similar.

Având ca scop principal continuarea și dezvoltarea obiectivelor strategice în domeniul proprietății intelectuale, noua Strategie 2024-2028 propune obiective specifice în vederea sporirii gradului de creativitate și inovare, precum și creșterea protecției și promovării drepturilor de proprietate intelectuală în România. Prin implementarea acestei Strategii naționale vor fi îmbunătățite atât gradul de conștientizare privind importanța proprietății intelectuale în România, cât și eficientizarea combaterii încălcărilor acestor categorii de drepturi, asigurându-se un cadru adecvat dezvoltării activităților de creație, inovație și cercetare, precum și educației în domeniul proprietății intelectuale.

## 6. Aspecte principale în domeniu – Consiliul Național al Audiovizualului

În anul 2023, în temeiul art. 17 alin. (3) din Legea Audiovizualului nr. 504/2002, cu modificările și completările ulterioare, potrivit căruia „*Consiliul este consultat cu privire la toate proiectele de acte normative prin care se reglementează activități din domeniul audiovizual ori în legătură cu acesta*”, au fost formulate puncte de vedere, observații și propuneri cu privire la diverse inițiative legislative cu impact în domeniul audiovizualului. Dintre aceste inițiative legislative, pot fi evidențiate următoarele:

- **Proiect de Lege pentru completarea art. 29 din Legea audiovizualului nr. 504/2002 precum și pentru modificarea și completarea Legii nr. 148/2000 privind publicitatea (Plx. 135/2023; B777/2022; L37/2023)** - Proiectul de lege PL-x 135/2023 preconizează „*interzicerea comunicărilor comerciale audiovizuale pentru activitățile de jocuri de noroc reglementate potrivit art. 10 alin. (1) din Ordonanța de Urgență a Guvernului nr. 77/2009 privind organizarea și exploatarea jocurilor de noroc, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 246/2010, cu modificările și completările ulterioare, în intervalul de timp 06:00 – 23:00, (...), desfășurate de operatori nelicențiați potrivit legii aplicabile, (...) prezentat de personalități (...) sau celebrități și permiterea inserturilor grafice efectuate în timpul transmisiunilor sportive în direct, însoțite de mesajul <Fii responsabil>*”. Se propune și ca monitorizarea respectării normelor propuse să fie făcută de către Oficiul Național pentru Jocuri de Noroc;
- **Propunere legislativă pentru modificarea unor acte normative în domeniul reglementării produselor din tutun (Bp. 410/2023; L499/2023)** - Propunerea legislativă Bp. 410/2023 are ca obiect modificarea unor acte normative în domeniul reglementării produselor din tutun, prin stabilirea unor măsuri cu privire la publicitatea și sponsorizarea pentru produse din tutun și pentru produse similare. Incidente domeniului audiovizualului sunt dispozițiile propuse la Art. II Art. 1 punctele 1, 4 și 14 și Art. IV;
- **Propunere legislativă – LEGEA audiovizualului (Bp. 653/2023)** - Propunerea legislativă „*Legea audiovizualului*” se întemeiază pe avizul Consiliului Legislativ, care a constatat că legea nu poate fi republicată și, pe cale de consecință, a emis avizul negativ nr. 887/01.08.2022, recomandând, în locul republicării, abrogarea legii și înlocuirea ei, prin adoptarea unui nou act în domeniu;
- **Propunere legislativă pentru modificarea și completarea Legii nr. 504 din 11 iulie 2002 - Legea audiovizualului (Bp. 654/2023; L751/2023)** - Propunerea legislativă Bp. 654/2023 are ca obiect de reglementare interzicerea „*mesajelor publicitare adresate copiilor având ca obiect produsele alimentare și băuturile cu un aport substanțial de compuși cu efect dăunător sănătății, ca acizi grași trans, grăsimi, sare, sodiu, zahăr, îndulcitori, aditivi alimentari, al căror consum nu este recomandat în regimul alimentar global, în acord cu art. (2) și art. (9), lit. a) din Legea nr. 123 din 27 mai 2008 pentru o alimentație sănătoasă în unitățile de învățământ preuniversitar*”. Conform propunerii legislative, la art. 28 din Legea audiovizualului nr. 504/2002, cu modificările și completările ulterioare, se vor adăuga trei noi alineate, alineatul (9), (10) și (11);



• **Propunerea legislativă pentru modificarea și completarea Legii nr. 148/2000 privind publicitatea** (B739/2023) - Propunerea legislativă B739/2023 are ca obiect publicitatea de tip stradal (outdoor), ca fiind cel mai vizibil mod de reclamă, care transmite un mesaj de brand la scară mare către un public foarte larg, în acest sens, inițiatorii propunând ca în situații punctuale să se aibă în vedere printr-o reglementare legală o selectare a expunerii acestor mesaje de impact în interacțiunea lor cu copiii.

La momentul martie 2024 propunerile legislative enumerate anterior încă se află în procedură legislativă.

**Cooperare europeană și internațională** - În cadrul procesului de cooperare europeană și internațională, activitatea de reglementare și de relații europene a avut ca obiectiv adaptarea și armonizarea sectorului audiovizual național cu legislația și normele europene. 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).

În anul 2023 a fost elaborat și transmis Comisiei Europene Raportul național privind promovarea educației în domeniul mass-media, conform cerințelor Articolului 33a (2) din Directiva 2010/13/UE modificată prin Directiva (UE) 2018/1808 (Directiva revizuită privind serviciile mass-media audiovizuale). Acest raport reprezintă o analiză cuprinzătoare a stadiului actual și a inițiativelor în domeniul educației media din România. Acest document joacă un rol important în evaluarea eficacității măsurilor adoptate la nivel național pentru promovarea competențelor de educație media printre cetățeni, punând un accent deosebit pe tineri și contribuie la îmbunătățirea gradului de conștientizare și înțelegere a mediilor de informare.

CNA a mai colaborat în anul 2023 cu Uniunea Europeană de Radio și Televiziune - EBU pentru actualizarea listei de evenimente considerate de importanță majoră pentru societate în Europa; cu Comitetul Director pentru Media și Societatea Informațională – CDMSI al Consiliului Europei pentru revizuirea, în conformitate cu decizia CM/Del/Dec(2013)1168/10.2 a Comitetului de Miniștri, a modalităților de punere în practică de către statele membre a Convențiilor și Recomandărilor Consiliului Europei în domeniul libertății media și a societății informaționale; a avut un dialog structurat cu Ambasada Turciei la București și cu Consiliul Suprem de Radio și Televiziune al Republicii Turcia (RTUK) în vederea retransmisiei prin rețele de comunicații electronice pe teritoriul României a unor posturi de televiziune din Turcia, inclusiv a posturilor publice ale Corporației Turce de Radio și Televiziune; cu Observatorul European al Audiovizualului (OEA)<sup>16</sup> pentru a analiza cele mai semnificative inițiative și experiențe naționale referitoare la punerea în aplicare a măsurilor privind accesibilitatea serviciilor media audiovizuale în statele membre ale UE; protecția minorilor pe platformele de partajare a materialelor video (VSP), cu un accent deosebit pe controlul parental și

---

<sup>16</sup> 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.

pe verificarea vârstei; promovarea operelor europene și păstrarea drepturilor de proprietate intelectuală de către producători.

MAVISE este o bază de date a Observatorului European al Audiovizualului (OEA), cu acces gratuit, care oferă informații despre serviciile audiovizuale din 41 de țări europene și Maroc și care permite căutări interactive în registrele naționale ale autorităților europene de reglementare a serviciilor media audiovizuale. În plus, MAVISE servește drept bază de date centralizată care furnizează informații privind țara de jurisdicție a canalelor de televiziune, a serviciilor media audiovizuale la cerere și a platformelor de partajare a materialelor video în temeiul Directivei 2010/13/UE, modificată prin Directiva (UE) 2018/1808 (Directiva serviciilor mass-media audiovizuale, revizuită). Informațiile din registrele naționale privind jurisdicția serviciilor media audiovizuale sunt colectate pe baza contribuțiilor lunare făcute de autoritățile naționale de reglementare. CNA a completat lunar 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 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 în anul 2023 solicitărilor de transmitere de informații din sfera sa de competență (prin intermediul unor sondaje/consultări). Dintre acestea amintim solicitarea primită de CNA de la autoritatea de reglementare a serviciilor media audiovizuale din Polonia de a completa un chestionar privind finanțarea din fonduri publice a serviciilor media audiovizuale publice și solicitările primite din partea Grupului autorităților europene de reglementare pentru serviciile mass-media audiovizuale (ERGA), privind evoluția competențelor și a capacității de analiză a autorităților naționale de reglementare în combaterea dezinformării; prezentarea generală a competențelor și garanțiilor pentru independența autorităților naționale de reglementare; transpunerea și implementarea Articolului 13 alineatul (1) (asigurarea evidențierii operelor europene), Articolul 13 alineatul (2) (contribuția financiară la producția operelor europene de către furnizorii de servicii media audiovizuale stabiliți în alt stat membru); tendințele și competențele privind implementarea Regulamentului (UE) 2022/2065 (Regulamentul privind serviciile digitale).

În cadrul cooperării dintre autoritățile naționale de reglementare a serviciilor media audiovizuale din statele membre ERGA, 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 2010/13/UE, modificată prin Directiva (UE) 2018/1808 (Directiva serviciilor mass-media audiovizuale revizuită), CNA a răspuns în 2023 tuturor solicitărilor de informații primite prin rețeaua punctelor de contact ale statelor membre ERGA.

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

**Irina Diana AVRAM  
Director general**