

CONSILIUL INTERINSTITUȚIONAL ÎN DOMENIUL COMBATERII CONCURENȚEI NELOIALE

**Ministerul Finanțelor Publice
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 2022 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 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*”;

1. **Ministerul Finanțelor Publice** – 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;
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 Publice

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 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 constator stabilește măsuri și un termen de remediere.

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...”;

Măsura de remediere reprezintă orice măsură dispusă de agentul constatator 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 constatator 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.

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;

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 2022 - 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 2022, 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	• 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	• 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.	

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”;

Concret, *Programul de verificare privind posibile fapte de publicitate înșelătoare și publicitate comparativă interzisă pentru anul 2022*, 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 2022	Fabricarea produselor lactate și a brânzeturilor Fabricarea pâinii; fabricarea prajiturilor și a produselor proaspete de patiserie Fabricarea de mobila n.c.a. Lucrări de instalații sanitare, de încălzire și de aer condiționat Comert cu ridicata de componente și echipamente electronice și de telecomunicații Comert cu amănuntul al fructelor și legumelor proaspete, în magazine specializate Activități ale centrelor de fitness
Semestrul II 2022	Comerț cu amănuntul al pâinii, produselor de patiserie și produselor zaharoase, în magazine specializate Comerț cu amănuntul al articolelor și aparatelor electrocasnice, în magazine specializate Transporturi cu taxiuri Alte activități poștale și de curier Activități de editare a altor produse software Activități de design specializat

În anul 2022, la nivel național, au fost supuse verificării un număr de 13.373 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 2022”, 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 2023

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

Astfel, pentru anul 2023 se vor desfășura acțiuni de verificare a societăților care au ca activitate principală:

Perioada	Domeniile de activitate incluse în programul de verificare
Semestrul I 2023	4110 - Dezvoltare (promovare) imobiliară 4520 - Întreținerea și repararea autovehiculelor 4711 - 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 7430 - 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 9604 - Activități de întreținere corporală

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

La nivelul autorității de concurență, în domeniul combaterii concurenței neloiale, anul 2022 a fost marcat de modificarea și completarea prevederilor Legii nr. 11/1991 privind combaterea concurenței neloiale (denumită în continuare Legea nr. 11/1991), ca urmare a adoptării OUG nr. 84/2022 privind combaterea acțiunilor speculative și pentru modificarea și completarea unor acte normative. Astfel, în contextul economic și geopolitic actual, pentru a preîntâmpina eventuale situații de criză, penurii sau creșteri nejustificate ale prețurilor unor produse și/sau servicii considerate esențiale pentru sănătatea, siguranța și integritatea cetățenilor, a fost necesară completarea cadrului legislativ. Deși, în mod normal, economia de piață se bazează pe interacțiunea dintre cerere și ofertă, care determină prețurile bunurilor și serviciilor, în anumite situații bine justificate, precum starea de mobilizare parțială sau totală a forțelor armate și starea de război, starea de asediu și starea de urgență, starea de alertă sau alte situații de criză, stabilite explicit prin acte normative, a fost apreciată ca fiind oportună intervenția statului, pentru a asigura buna funcționare a economiei, în interesul cetățenilor săi.

Actul normativ ce a modificat și completat prevederile Legii nr. 11/1991 a avut ca scop crearea unui cadru legislativ 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.

Un element important de reținut în materia combaterii concurenței neloiale este acela 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.

Luând în considerare faptul că, în practica de soluționare a practicilor de concurență neloială din ultimii ani, Consiliul Concurenței a identificat o serie de aspecte ce reclamă o reglementare suplimentară, în sensul clarificării și completării textului de lege, atât din perspectivă procedurală, cât și din perspectiva explicitării câmpului contravențional, au fost avute în vedere o serie de completări și modificări ale actualului cadru legal, al combaterii concurenței neloiale. Astfel, a fost clarificată sfera practicilor de concurență neloială interzise, în sensul în care au fost completate unele prevederi existente și a fost extinsă sfera practicilor de concurență neloială în ceea ce privește practica de exploatare a poziției superioare de negociere a unei întreprinderi în raport cu o alta, fapt generat de contextul pandemic, când activitatea economică a anumitor sectoare de interes (ex.: alimentar, farmaceutic) a cunoscut la nivel național o serie de transformări și oscilații, care au dat naștere necesității reglementării cu precădere și în regim de urgență a situațiilor în care apar frecvent decalaje semnificative de negociere și practici specifice, prin care anumite companii își folosesc poziția de piață în detrimentul altora.

De asemenea, în vederea identificării practicilor de concurență neloială manifestate în piață între întreprinderi, cât și pentru stabilirea uzanțelor cinstite existente în relația dintre participanții la piață, în diverse sectoare economice de interes, a fost introdusă posibilitatea ca autoritatea de concurență să poată efectua analize preliminare. Totodată, prin modificările aduse Legii nr. 11/1991 privind combaterea concurenței neloiale au fost introduse măsurile interimare, posibilitatea reducerii cuantumului amenzii pentru recunoaștere cu un procent cuprins între 10 % - 20 % din amenda finală și a fost crescut nivelul sancțiunilor, atât pentru cele de fond, cât și pentru cele procedurale, ce vizează nesupunerea la inspecție, nefurnizarea informațiilor solicitate sau amenziile cominatorii.

În acord cu competențele stabilite prin prevederile Legii nr. 11/1991, în anul 2022, Consiliul Concurenței a gestionat un număr de 56 de sesizări având ca obiect posibile practici de concurență neloială, acestea vizând, în principal, următoarele piețe/sectoare: comerț (produse alimentare, băuturi alcoolice și tutun, dispozitive și consumabile medicale, piese de schimb pentru mașini și echipamente industriale, produse chimice), producția și distribuția de utilaje agricole, producția de software și

servicii (medicale, de pază, publicitare, taximetrie, servicii turistice, transport rutier de persoane, reparații/întreținere a vehiculelor rutiere, consultanță, coafură și înfrumusețare, plasare forță de muncă, distribuție gaze naturale, telecomunicații).

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:

- *21% 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. 11/1991⁹;*
- *52% 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. 11/1991¹⁰;*
- *27% 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. 11/1991¹¹.*

În trei dintre situațiile supuse atenției autorității de concurență, ce au vizat piața producției de utilaje pentru producerea barelor de protecție auto, piața serviciilor de închiriere a proprietăților imobiliare cu destinație industrială și piața serviciilor suport ce vizează încheierea și înaintarea documentelor vamale necesare tranzitului vamal la nivel național, 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.

➤ **Cercetare aprofundată având ca obiect posibila încălcare a prevederilor art. 2 alin. (2) lit b) din Legea nr. 11/1991 de către întreprinderea CTP Invest Bucharest SRL** - Autoritatea de concurență a fost sesizată de către întreprinderea Transilvania Construcții SA cu privire la posibile fapte de concurență neloială săvârșite de către întreprinderea CTP Invest Bucharest SRL, pe piața serviciilor de închiriere a proprietăților imobiliare cu destinație industrială. A fost avută în vedere posibila faptă de deturnare a celui mai important client al întreprinderii reclamante, prin folosirea unor secrete comerciale, proces desfășurat în contextul unor negocieri purtate de către societățile Transilvania Construcții SA și CTP Invest Bucharest SRL, cu privire la achiziționarea, de către aceasta din urmă, a două clădiri industriale și a anexelor aferente deținute de către întreprinderea reclamantă. Informațiile confidențiale vizau, în principal: identitatea chiriașilor Transilvania Construcții SA, spațiile închiriate, nivelul chiriei și al taxei pentru servicii, durata contractelor. În acest context, unul

⁹ "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";

¹⁰ "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";

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

dintre clienții Transilvania Construcții SA a întrerupt relația contractuală cu locatorul, recunoscând public parteneriatul cu CTP Invest Bucharest SRL. În cadrul analizei efectuate, nu au fost identificate elemente ale practicilor de concurență neloială incidente prevederilor art. 2 alin. (2) lit. b) din Legea nr. 11/1991, săvârșite de către întreprinderea CTP Invest Bucharest SRL, sens în care cercetarea aprofundată a fost închisă, în condițiile prevederilor art. 14 alin. (4) din Regulament prin Ordin al Președintelui Consiliului Concurenței.

➤ **Cercetare aprofundată având ca obiect posibila încălcare a prevederilor art. 2 alin. (2) lit.**

a) din Legea nr. 11/1991 de către întreprinderea SCM Automation Technology SRL și o persoană fizică - Autoritatea de concurență a fost sesizată de către Alco Kraft SRL cu privire la posibile practici de concurență neloială săvârșite de către întreprinderea SCM Automation Technology SRL și o persoană fizică, ce a avut calitatea de fost angajat a întreprinderii reclamante, pe piața producției de utilaje pentru producerea barelor de protecție auto. Au fost avute în vedere acțiunile întreprinse de SCM Automation Technology SRL, având ca obiect răspândirea unor informații care nu corespund realității despre activitatea întreprinderii Alco Kraft SRL, de natură să îi lezeze interesele. Informațiile și documentele analizate în cadrul cercetării aprofundate nu au evidențiat elemente care să susțină faptul că informațiile denigratoare comunicate de fostul angajat al reclamantei sunt de natură a îndepărta clienții, determinând afectarea imaginii și credibilității întreprinderii Alco Kraft SRL. Întrucât rezultatul analizei nu a evidențiat existența unei practici de concurență neloială a fost dispusă închiderea cercetării aprofundate.

➤ **Cercetare aprofundată având ca obiect posibila încălcare a prevederilor art. 2 alin. (2) lit.**

c) din Legea nr. 11/1991 de către întreprinderea Transitnet Services SRL și o persoană fizică - în cadrul cercetării aprofundate derulate s-a constatat încălcarea prevederilor legii către întreprinderea Transitnet Services SRL și dl. O.R.D., pe piața serviciilor suport ce vizează încheierea și înaintarea documentelor vamale necesare tranzitului vamal la nivel național. Analiza efectuată a evidențiat faptul că acțiunile având ca obiect determinarea și preluarea principalului partener Transit Net SRL și a angajaților operativi ai acestuia sunt de natură să destabilizeze activitatea întreprinderii. În consecință, prin Decizia Consiliului Concurenței nr. 121/2022, autoritatea de concurență a decis constatarea săvârșirii de către Transitnet Services SRL și persoana fizică nominalizată a practicii de concurență neloială constând în atragerea și preluarea principalului partener comercial și a unui număr semnificativ de angajați operativi, fapt ce a avut drept consecință destabilizarea activității întreprinderii reclamante, încălcarea uzanțelor cinstite și a principiului general al bunei-credințe.

Totodată, în cursul anului 2022, 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.

De asemenea, Consiliul Concurenței se află în proces de elaborare a cadrului legal secundar în domeniul combaterii concurenței neloiale ce intră în competența sa, astfel încât acesta să reflecte noile prevederi ale Legii nr. 11/1991, astfel cum a fost aceasta modificată.

- **Aspecte principale în domeniu – Oficiul de Stat pentru Inventii și Mărci**

OSIM, ca autoritate unică pe teritoriul României în acordarea protecției proprietății industriale, an de an, își orientează activitățile și acțiunile pentru a susține un mediu competitiv și inovator. În anul 2022, OSIM a urmărit prin toate acțiunile întreprinse 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, precum și ale standardelor ISO 9001:2015 și ISO/IEC 27001:2013.

Anul trecut au continuat activitățile din sfera digitalizării serviciilor astfel că a fost finalizat modulul dedicat procesării dosarelor privind cazurile legate de mărci și desene și modele aflate pe rolul instanțelor judecătorești, în care OSIM este parte. Totodată, în anul 2022, OSIM a început implementarea unui nou modul complex integrat, pentru procesarea cererilor de înregistrare a mărcilor depuse pe cale internațională, respectiv, mărcilor înregistrate pe cale internațională în care România este stat desemnat.

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, precum și ale standardelor ISO 9001:2015 și ISO/IEC 27001:2013.
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 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 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 organisme naționale și internaționale din domeniul proprietății industriale.

În anul 2022 au fost depuse și examinate:

1. Cereri de brevet de invenție	843
3. Cereri pentru certificat suplimentar de protecție	60
4. Cereri de model de utilitate	49
5. Cereri de înregistrare marcă	10944
6. Cereri de reînnoire de marcă	7696
7. Cereri de înregistrare desene sau modele	203
8. Cereri de reînnoire desene și modele	143

și au fost acordate

1. Brevete de invenție	364
2. Certificate de model de utilitate	26
3. Certificate suplimentare de protecție	33
4. Certificate de validare a brevetului european	1577
5. Certificate de înregistrare și reînnoire marcă	12884
6. Certificate de înregistrare și reînnoire desene și modele	277

Activitatea de diseminare a informațiilor privind importanța protecției proprietății industriale la nivel național și UE, precum și organizarea de evenimente educaționale pentru diverse categorii de participanți au reprezentat și în cursul anului 2022 o componentă semnificativă a activității OSIM.

OSIM a susținut și promovat proiectul SME Fund, care este o schemă de subvenții creată pentru a ajuta întreprinderile mici și mijlocii (IMM-uri) din UE să-și protejeze drepturile de proprietate intelectuală. Proiectul se adresează companiilor care doresc să-și dezvolte strategiile de proprietate intelectuală și să își protejeze drepturile de proprietate intelectuală la nivel național sau european. Acestea au putut obține o reducere de 50% a taxei pentru cererile de marcă și design, până la 1500 de euro. OSIM a continuat și în 2022 activitățile de cooperare cu organizațiile de proprietate intelectuală internaționale și europene: Organizația Mondială a Proprietății Intelectuale (OMPI), Oficiul European de Brevete (OEB), Oficiul de Proprietate Intelectuală al Uniunii Europene (EUIPO).

În data de 27 Octombrie 2022 a avut loc la București vizita reprezentanților Camerelor de recurs ale EUIPO, eveniment ce a implicat organizarea unei întâlniri bilaterale cu reprezentanții OSIM, precum și a unei sesiuni dedicate practicienilor în domeniul proprietății industriale. Seminarul a reprezentat o oportunitate de informare a consilierilor în Proprietate Industrială cu privire la inițiativele cuprinse în Planul de Acțiune al Camerelor de recurs ale EUIPO pentru perioada 2021-2026, studii de caz relevante privind motivele absolute și relative de refuz, precum și mecanisme de soluționare alternativă a litigiilor în cadrul EUIPO, oferind astfel posibilitatea unor discuții deschise și constructive pe marginea temelor propuse.

Tot în cadrul cooperării, în noiembrie 2022, a fost realizat un tutorial video privind Implementarea în legislația națională a Directivei mărcilor. Videoclipul va fi publicat pe portalul educațional al Academiei EUIPO pentru promovarea și diseminarea cunoștințelor de proprietate intelectuală.

În data de 4 noiembrie 2022, OSIM împreună cu OEB au organizat la București seminarul cu tema "Avantajele IMM-urilor care dețin brevete de invenție". În cadrul seminarului au fost abordate teme privind rolul pe care îl dețin brevetele de invenție în cadrul companiilor sau modalitățile de depunere a cererilor de brevet de invenție. Au fost prezentate și câteva studii de caz din care se pot observa multiplele beneficii pe care le pot avea IMM-urile care dețin brevete de invenție. Experții OSIM au fost angrenați în 34 acțiuni de promovare a protecției și valorificării proprietății industriale, constând în seminare, conferințe, mese rotunde, cursuri, saloane, târguri și expoziții. În plus, în cadrul serviciului au fost elaborate lucrări tematice, studii statistice și de sinteză, esențiale pentru procesul decizional.

Participarea la evenimentele expoziționale, precum: saloane naționale ale cercetării, inovării și transferului tehnologic, târguri tehnice, a reprezentat și anul trecut o componentă importantă a activității experților OSIM, care au avut astfel ocazia să împărtășească participanților informații de interes din domeniul proprietății industriale.

În anul 2022 OSIM a organizat cursuri de inițiere în proprietate industrială, pentru domeniile: brevete de invenție și modele de utilitate, mărci și indicații geografice, desene și modele. La aceste cursuri au participat 137 de cursanți (46 cursanți – Brevete, 56 cursanți – Mărci, 35 cursanți – Desene și Modele).

• **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 2022 Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor a încheiat un număr de 2241 procese - verbale de constatare a contravenției și a emis un număr de 933 decizii de încetare a practicilor comerciale incorecte, iar în temeiul Legii nr. 158/2008 privind publicitatea înșelătoare și publicitatea comparative s-au încheiat un număr de 2 procese - verbale de constatare a contravenției.

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

Exemple de practici incorecte:

- comercializarea de fructe – legume cu informarea eronată la raft a consumatorilor asupra țării de origine, a categoriei de calitate;
- oferirea de către operatorul economic a unor informații eronate privind anumite avantaje la achiziționarea produselor, în realitate aceste avantaje nu există sau nu pot fi dovedite-Kinder – câștigă unul din cele 25 de premii pe zi;

- oferirea de către comerciant a unor informații eronate cu privire la principalele caracteristici ale produselor, cum ar fi: denumirea produsului, compoziția, modul de fabricare (• Lovilio Grana Padano Brânză Grana Padano Dop • Lovilio Grana Padano Brânză dură italienească, prezentată la raft drept parmezan);
- neconcordanța între prețurile afișate la raft pentru unele produse și prețurile mai mari încasate efectiv la casa de marcat;
- comercializarea unor produse cu preț redus, cu sintagma „SUPEROFERTĂ!”, cu 3 zile înainte de expirarea datei limită de consum, fără a fi prezentate și informații consumatorilor referitor la motivația reducerii, contrar prevederilor legale;
- prezentarea unor oferte promoționale de tipul ”1+1 GRATIS”, în realitate informația prezentată privind prețul, modul de calcul al prețului sau avantajul prețului nu poate fi dovedită;
- comercializarea unor produse cu sintagma „Votat produsul anului 2021 pentru inovație, în categoria pastă vegetală tartinabilă”, care poate sugera o calitate superioară a acestor produse, un avantaj, în detrimentul altora din aceeași categorie, în realitate aceste avantaje nu există sau nu pot fi dovedite;
- comercializarea unui produs ce prezintă informații eronate cu privire la natura, compoziția, proprietățile, modul de fabricație etc. sau inducerea în eroare asupra acestora prin modul de prezentare/expunere către consumatori „MY Sushi Zen Mix” - fără aditivi și conservanți;
- oferirea de către comerciant a unor informații eronate privind natura, compoziția, denumirea produselor, fabricarea sau inducerea în eroare asupra acestora prin modul de prezentare/expunere către consumatori (Yo Fresh dessert for salads în loc de iaurt);
- comercializarea unor produse având afișate pe etichete sau ambalaj sintagma ”Pachet Promoțional 4 plicuri la preț de 3”, informația privind avantajele sugerate sau promise prin această sintagmă fiind incorectă;
- comercializarea unor produse care au înscrise informații înșelătoare, inexacte, privind compoziția, riscurile, respectiv sintagma „fără gluten”;
- comercializarea unor produse aflate la comercializare cu preț redus/oferte promoționale, cu 3 zile înainte de expirarea datei durabilității minime/datei-limită de consum, prezentând informații ilizibile consumatorilor referitor la motivația reducerii, contrar prevederilor legale;
- prezentarea unor oferte promoționale de tipul „5+1 gratis” „2 produse la preț de 1”, „râșnită Sare de mare + Muștar fin de masă gratis”, în realitate informația prezentată privind prețul, modul de calcul al prețului sau avantajul prețului nu poate fi dovedită;
- prezentarea de către operatorul economic a unor informații eronate privind compoziția/natura produselor (se folosește la înghețată de vanilie aroma de vanilie);
- oferirea de către comerciant a unor informații eronate privind natura, compoziția, denumirea produselor sau inducerea în eroare asupra acestora prin modul de prezentare către consumator, (Oțet din vin Seineana);
- prezentarea unor oferte promoționale utilizând sintagmele „5+1 Motive să împarți”, „pachet promo”, „Stoc limitat*”, „70+15 buc”, în realitate informațiile prezentate și sugestiile privind existența unor avantaje nu pot fi dovedite;
- oferirea de către comerciant a unor informații eronate privind caracteristicile produselor, respectiv natura, compoziția, denumirea produselor, avantajele, rezultatele care se pot obține din utilizarea

acestora sau inducerea în eroare asupra caracteristicilor prin modul de prezentare către consumator, (denumirile produselor din carne de pasăre induc în eroare);

- modul de prezentare echivoc, înșelător al valorii nutritive a unui produs alimentar, prin intermediul sistemului de etichetare Nutri-Score;
- acțiune înșelătoare prin faptul că nu se înscriu toate ingredientele utilizate la fabricarea covrigilor;
- prezentarea de către comerciant a unor informații eronate privind natura, compoziția, denumirea produselor „ciocolată de casă” și „baclava cu ciocolată”;
- prezentarea de către comerciant a unor informații eronate privind natura, compoziția, denumirea produselor: „cârnați de casă Boierești” și la „cârnați de casă subțiri”;
- prezentarea de către comerciant a unor informații eronate privind natura, compoziția, denumirea produselor, inducerea în eroare asupra originii geografice, precum și afirmația nedovedită ”Mixul nostru de carne a câștigat 7 medalii de aur”, informații eronate privind natura, compoziția, denumirea produselor comercializate covrigi cu ciocolată;
- informații eronate privind natura, compoziția, denumirea produselor covrigi cu ciocolată și gogoși cu ciocolată;
- informarea incompletă a consumatorului prin utilizarea sintagmei “STOC LIMITAT”, sugerând că produsele nu vor fi disponibile decât pentru o perioadă limitată de timp sau că nu vor fi disponibile decât în anumite condiții, prezentarea de către comerciant a unor informații eronate privind proveniența/originea geografică a produselor;
- oferirea de către comerciant a unor informații eronate privind natura, compoziția, denumirea produsului Boromir Cozonac Royal Chocolate;
- prezentarea de către comerciant a unor informații eronate privind natura, compoziția, denumirea produselor ca tradiționale, dar în realitate produsele fabricate și comercializate către consumatori nu sunt produse tradiționale; înscrierea sintagmei „Panificație produse tradiționale”;
- 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;
- prezentarea unei oferte promoționale de tipul „7+încă una”, în realitate informația prezentată privind prețul, modul de calcul al prețului sau avantajul prețului nu este corectă;
- 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;
- comercializarea unor produse care au înscrise informații înșelătoare, inexacte, privind eficiența în eliminarea virusurilor, inclusiv Coronavirus, în contextul pandemiei de Covid-19 „Igienol Dezinfecțant universal fără clor”; Domestos Power 5 Ocean Briza Mării Duo Pack;
- comercializarea unor produse care au înscrise informații înșelătoare, inexacte, privind avantajele, rezultatele obținute din utilizare, respectiv afirmațiile „Omoară 99,9% din Virusuri”;
- prezentarea unor oferte promoționale prin sintagma „SUPER OFERTĂ” **față de produsele vândute separat”, în realitate informația prezentată privind avantajul specific prețului nu este corectă, Pronto spray + detergent pentru suprafețe 300ml+ 750ml (spray lemn + lemn curat detergent);
- comercializarea unor produse (Domestos Power) care au înscrise informații înșelătoare, inexacte, privind rezultatele obținute din utilizare, respectiv afirmațiile „Full power up to 300 flushes - igienizare completă până la 300 de utilizări”;

- comercializarea unor produse având afișată pe ambalaj sintagma „Make-up BRAND No.1”, nedovedită, deci incorectă;
- „10% PROMO – pentru pachetul de 3 bucăți în limita stocului disponibil”, informațiile privind avantajele sugerate sau promise prin aceste sintagme fiind incorecte;
- oferirea unor informații privind ierarhizarea produselor din categorie, prin utilizarea sintagmei „Nr. 1 Italia”, nedovedită;
- utilizarea sintagmei: „No. 1 World’s Condom Brand” care poate sugera un avantaj al acestor produse în detrimentul altora din aceeași categorie, în realitate aceste avantaje nu există sau nu pot fi dovedite, (Durex Love Sex – Feel Thin);
- comercializarea unor produse având afișată pe ambalaj sintagma „No. 1”, nedovedită, deci incorectă, prezentarea unor oferte promoționale de tipul „Promoție! 2 la preț de 1”, „1 + 1 CADOU”, „Pachet promoțional”, în realitate informația prezentată privind prețul, modul de calcul al prețului sau avantajul prețului nu este corectă;
- prezentarea unor produse prin utilizarea incorectă a termenului „cristal”, pentru produse care nu îndeplinesc cerințele obligatorii prevăzute de lege pentru produse din sticlă/cristal;
- prezentarea unor oferte promoționale de Black Friday înșelătoare, în realitate informația prezentată privind prețul, modul de calcul al prețului sau avantajul prețului nu este corectă;
- comercializarea unor produse care au înscris informații eronate privind natura, compoziția produselor sau inducerea în eroare asupra naturii acestora prin modul de prezentare/ etichetare către consumatori (SOLE Băutură 3,2% gras. în loc de frișcă);
- comercializarea unor produse care au înscris informații eronate privind natura, compoziția produselor sau inducerea în eroare asupra naturii acestora prin modul de prezentare/etichetare către consumatori (Hulala în loc de frișcă);
- prezentarea de către operatorul economic a unor informații eronate privind compoziția/natura produselor (Formaggio Reteinato în loc de parmezan);
- prezentarea de către operatorul economic a unor informații eronate privind natura/denumirea produselor comercializate sau materiilor prime utilizate (sprot în loc de hamsie);
- comercializarea unor produse care au înscris informații eronate privind natura, compoziția produselor sau inducerea în eroare asupra naturii acestora prin modul de prezentare/etichetare către consumatori Spray Topping From Vegetable (în loc de frișcă);
- comercializarea unor produse care au înscris informații eronate privind natura, compoziția produselor sau inducerea în eroare asupra naturii acestora prin modul de prezentare/etichetare către consumatorii Gran Cucina Cremă pentru gătit în loc de smântână);
- acțiune înșelătoare privind modul de fabricare pe care consumatorul îl cunoaște și la care se așteaptă în mod rezonabil: preparare separată a ciorbei de legume la care se adaugă ulterior, în momentul servirii, carnea fiartă porționată (pui, perișoare, burtă, vită);
- acțiune înșelătoare privind modul de fabricare pe care consumatorul îl cunoaște și la care se așteaptă în mod rezonabil: paste fierte în prelabil, refrigerate, pregătite pentru utilizare ulterioară;
- comercializarea unor produse care au înscris informații eronate privind natura, compoziția produselor sau inducerea în eroare asupra naturii acestora prin modul de prezentare/etichetare către consumatori (gogoși cu: cremă cu aromă vanilie, cremă cacao);

- comercializarea unor produse care au înscrise informații eronate privind natura, compoziția produselor sau inducerea în eroare asupra naturii acestora prin modul de prezentare/etichetare către consumatori (La Festa Hot în loc de ciocolată);
- prezentarea de către operatorul economic a unor informații eronate privind compoziția /natura produselor (brânză Gran Moravia prime în loc de parmezan, brânză mărunțită cu mușci în loc de gorgonzola);
- comercializarea unor produse care au înscrise informații eronate privind natura, compoziția produselor sau inducerea în eroare asupra naturii acestora prin modul de prezentare/etichetare către consumatori (produs UHT îndulcit pe bază de grăsimi vegetale nehidrogenate în loc de frișcă);
- prezentarea de către operatorul economic a unor informații eronate privind compoziția/natura produselor (sos de maioneză în loc de maioneză);
- prezentarea de către operatorul economic a unor informații eronate privind compoziția /natura produselor (se folosește Blue Cheese în loc de gorgonzola);
- prezentarea de către operatorul economic a unor informații eronate privind compoziția/natura produselor (se folosește cremă Bolero Master Martini, respectiv cremă Caravella Master Martini în loc de ciocolată respectiv ciocolată albă);
- prezentarea de către comerciant a unor informații eronate privind natura, compoziția, denumirea produselor: Ness cu Lapte, Lapte simplu, Cafea cu lapte; Lapte simplu, Ciocolată, Ciocolată Fort;
- prezentarea înșelătoare prin publicitate în media a unor avantaje privind creditele oferite către consumatori (perioada de acordare redusă și bonus dobândă zero la fiecare a 12-a rată), în realitate aceste avantaje nu există;
- utilizarea unor informații incorecte, prin folosirea unor termeni inexistenți în legislație referitor la dobânzile practicate în derularea unui contract de împrumut, prezentarea unei oferte promoționale de tipul „PROMOȚIE!!! VALABILĂ 01.05.2022-31.05.2022”, în realitate informația prezentată privind avantajele nu este corectă; omiterea unor informații esențiale consumatorului mediu pentru luarea unei decizii în cunoștință de cauză în conținutul informațiilor precontractuale;
- informarea incorectă a consumatorului privind clasificarea unității turistice de cazare;
- practică comercială incorectă considerată ca fiind înșelătoare, conținând informații care induc în eroare sau sunt susceptibile să inducă în eroare consumatorul mediu cu privire la:
 - preț sau avantajul prețului,
 - produse dublu etichetate,
 - practicarea aceluiași preț de vânzare și anterior promoției;
- diferență preț raft față de casa de marcat, practică incorectă;
- practica comercială incorectă contrară cerinței diligenței profesionale prin mărirea nejustificată a prețurilor la carburant;
- bere Ciuc Radler 5+1 gratis, fără a avea produsul singular;
- lipsă diligență profesională prin:
 - percepere/reținere asigurare pentru un imobil scos de la garantarea creditului;
 - neasigurare că modalitatea de prezentare a pachetelor de servicii turistice pe care le oferă consumatorilor este una corectă care reflectă realitatea;
 - practicarea aceluiași preț de vânzare și anterior promoției;

- comercializarea de sucuri cu etichete (descriere sau imagini) ce sugerează că produsul alimentar posedă anumite ingrediente și caracteristici speciale, pe care în realitate nu le are (fructe, vitamine, arome naturale);
- promovarea unei campanii pentru obținerea unor premii, fără însă ca procedura de revendicare a premiilor să se poată desfășura corect, fără impedimente subiective care se pot datora unor motive neimputabile consumatorilor participanți la campanie;
 - omisiune înșelătoare prin omiterea unei informații esențială referitoare la prețul serviciului solicitat, în condițiile alese de consumator (analize medicale fără recomandare medicală);
 - vânzare promoțională de produse cosmetice fără afișarea intenției comerciale a reducerilor de preț;
 - vânzare promoțională produse cosmetice cu inscripția No.1, informație ce se referă la vânzarea cantitativă într-o altă țară și nu la parametri ce caracterizează produsele;
 - zahăr cu inscripția 100% autohton, informație falsă, neprobată;
 - prezentare afirmații false despre produse de patiserie/ingrediente din denumirea produselor nu se regăsesc în stoc (brânză sărată, caș, miez de nucă) materiile prime folosite pentru ciocolată, nucă, miere sunt înlocuitori;
 - afișare informație falsă „preț de producător” pentru produse achiziționate de la terți, la care s-a practicat adaosul comercial;
 - produse alimentare aflate în promoție, ce expiră în mai puțin de trei zile, nesemnificate la raft;
 - Flyer iCredit („Alege iCredit pentru condiții avantajoase și transparente”) - operatorul economic crează o impresie înșelătoare cu privire la drepturile consumatorilor, prezentându-le ca fiind speciale deși, în realitate, ele izvorăsc din lege;
 - se acordă „perioada de grație la plata principalului”, cu obligația consumatorului de a achita inclusiv rata dobânzii;
 - comercializare pantaloni băieți, cu afisaj la raft 100% bumbac, dar în realitate, pe etichetele produselor, există informații precum: 95% bumbac și 5% elastan sau 60% bumbac și 40 % poliester;
 - gătită și păstrarea cărnii separat de ciorbă/sosuri (au fost găsite în frigider recipiente cu carne pui fiartă, pentru ciorbă rădăuțeană, kaizer fiert pentru pomana porcului, pulpe pui găsite, pentru ostropel);
 - diferențe de preț; sintagma 2+1 gratis; 5+1 gratis fără a exista produsul de referință;
 - diferență preț raft casa la Suc Mirinda, Bere Heineken, biscuți cu crema CROCI, musaca cu carne de pui, la ingrediente „Carne separata mecanic”;
 - campanie BF raportată la preț standard și nu la prețul cel mai mic din ultimele 30 zile așa cum prevede O.G nr. 99/2000, ART 33, practica comercială incorectă;
 - eticheta la raft diferită de eticheta produs;
 - ingrediente carne pasăre, deși în realitate era carne separată mecanic;
 - se utilizează topping pizza iar în meniu se declară mozzarella;
 - se utilizează grand Cuccina și se declară în meniu smântână;
 - informații referitoare la caracteristicile produsului de natură să inducă în eroare consumatorul (omoară CORONAVIRUS în 60 secunde) aceasta proprietate neputând fi demonstrată, probată, nu s-au prezentat documente, avize în măsură să susțină aceste afirmații;
 - informare eronată la raftul denumit „Bunuri de soi de Romania”, dar la raft erau expuse fructe cu țara de origine Grecia, Italia;

- informare incorectă, înșelătoare - în lista meniu salata cu brânza feta, dar în realitate se utiliza produsul denumit preparat alimentar pe baza de lapte și produse vegetale;
- „crenvurști de pui pentru hot dog DULANO”, producator SUTTER GMBH Germania și hamburger de pui BARONI/Polonia - fără carne de pui, doar cu MDM;
- „crenvurști din piept de pui MAREX ”, crenvurști cu pasăre PRIMO, crenvurști pui și curcan cu brânză WUDY, fără carne de pui sau curcan, doar cu MDM;
- TULIP/Chicken Luncheon Meat/Carne de pui presat/conserva 200 gr, producator TULIP Danemarca
- fără carne de pui ci doar cu MDM;
- „Hanul Boieresc - Rulada de cașcaval afumat cu piper - conține doar aromă de fum, nefiind afumat prin metode clasice;
- încălcarea diligenței profesionale - consumator debransat fără analiza locului de consum și atribuirea greșită a codurilor ENELTEL;
- Hochland „Delicii calde/Brânză pentru Paste, 100g /pachet, fabricat în Spania conține amidon modificat din cartofi. Prin urmare acest produs nu poate fi denumit „Brânză”;
- lipsă produs referință pentru verificarea promoției;
- neconcordanță țări de origine legume, fructe;
- compoziție fibroasă reală diferită de cea inscripționată pe produsul textil;
- 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;
- majorare nejustificată pentru motorină;
- comercializarea unor produse sub sintagma produse tradiționale, fără a se putea face dovada atestării produselor;
- comercializare unor pachete de produse (3+1), (5+1) fără ca în preț să se regăsească gratuitatea produsului;
- vânzarea unor apartamente pentru care nu se acorda garanție pentru imobil și dotări;
- 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);
- 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 apei de toaletă cu o etichetă autocolantă lipită de produs cu denumirea produsului apă de parfum, fără a se prezenta documente din care să rezulte caracteristica produsului drept apă de parfum și nu apă de toaletă;
- anumite informații înscrise pe afișele din cadrul magazinului, fără a se face referire la regulamentul campaniei în care sunt descrise condițiile și termenii campaniei, fără a se regăsi informații cu privire la gama/categoria de produse la care se referă ofertele;

- pe unele produse se afla inscripționat sistemul Nutriscore și nu s-au putut prezenta documente din care să rezulte baza legală a prezenței pe ambalaje a acestei inscripționări;
- operatorul economic produce și comercializează produsul Mălai grișat degerminat, lot 181221A, cu data expirării 18.07.2022, ambalat în pungi de 1 kg, litografiate, pe ambalajul cărora există inscripționată informația „marcă de calitate Enache morărit” inscripționarea, pe ambalaj, a informației „marcă de calitate” induce consumatorului ideea că acest produs ar avea caracteristici calitative superioare altui produs de același fel. În realitate, prin degerminarea porumbului, se îndepărtează germenele, care conține enzime, grăsimi, alți nutrienți, degerminarea având ca scop mărirea termenului de valabilitate a produsului și nu creșterea calității produsului;
- produse de patiserie expuse la comercializare, respectiv la ștrudel cu măr, covrig cu vișine, covrig cu ciocolată, denumirea utilizată fiind una incorectă, deoarece în lista de ingrediente se precizau, ca ingrediente utilizate, gem de mere/gem de vișine/cremă de ciocolată. În urma verificării materiilor prime, s-a constatat faptul că operatorul economic utiliza ca umplutură pentru produsele menționate - umplutură de măr 85% cu scorțișoară, umplutură de vișine, cremă de cacao cu aromă de arahide;
- potrivit reclamației, consumatorul arăta că, la montarea produsului, a realizat că operatorul economic i-a expediat un produs fabricat dintr-un alt material decât cel care era specificat pe pagina de prezentare: pe pagina de prezentare a produsului masă extensibilă Dickson, stejar, 150-210/90/75 cm se specifică - „materiale: mdf/furnir natural/oțel”, iar din fotografiile produsului prezentate de petentă nu rezultă că la fabricarea produsului s-a folosit furnir natural, ci autocolant furnir. Comercializarea produselor prin prezentarea de informații despre natura materialului utilizat în fabricarea produsului masă extensibilă Dickson, adică mdf/furnir natural/oțel, când, de fapt, în realitate, în loc de furnir natural s-a utilizat autocolant furnir, induce în eroare sau este susceptibilă să inducă în eroare consumatorul mediu;
- neconcordanță la gramaj, diferență cantitate declarată și cea rezultată prin cântărire;
- produse cu caracteristici/afirmații nedovedite;
- utilizarea în preparatele culinare oferite consumatorilor a altor ingrediente decât cele menționate în lista meniu (ex. „gran cucina” în loc de smântână, cremă pentru gatit pe bază de ulei de floarea soarelui și soia în loc de smântână pentru gatit, brânză cu pastă tare sau brânză tare în loc de gorgonzola, materie primă denumită „grana” utilizată în loc de „parmezan”, etc);
- apă minerală naturală carbogazificată cu inscripționarea pe ambalaj a sintagmei – singurele izvoare din lume de apă minerală naturală fără nitrați detectabili, fără ca această afirmație să poată fi dovedită;
- majorarea prețului la același stoc/lot livrat, respectiv cantitatea de carburanți a fost recepționată la un preț și vândută aceeași cantitate la două prețuri diferite speculând informațiile alarmiste de pe rețelele sociale;
- existența la comercializare a unor produse ambalate la 2 bucăți, lipite cu bandă inscripționat 50% reducere la al doilea produs la un anumit preț, iar din analiza prețului produsul de referință (singular) s-a constatat că informația referitoare la reducerea prețului celor 2 produse ambalate colectiv nu este corectă;
- comercializarea de pateu de gâscă și de rață integral la care exista neconcordanță între ingredientele declarate și denumire produs;
- contracte de credit Sano 1 și Respiro 1, pentru care materiale publicitare de pe site apare dobânda fixă de la 8,9% iar la verificarea contractului dobânda fixă este de 12,99%;
- comercializare produse la gramajul de 330 ml, iar în meniu era trecut 500 ml;

- comercializarea produsului Ponti Glassa ALL „Aceto Balsamico di Modena IGP”, având pe eticheta frontală denumirea produsului în așa fel aliniată, încât este evidențiată abrevierea „I.G.P” ca ultim cuvânt, singular, central, care atrage consumatorul, dând impresia că acest produs este cu indicație geografică protejată;
- materie primă pentru prepararea diverselor sortimente de paste din meniu, paste făinoase prefierate, orez fiert, cartofi copti, produse fie păstrate în frigiderul blocului alimentar la temperatura mediului ambiant, 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, sau erau reîncălzite pentru servire, contrar indicațiilor înscrise de producător pe ambalaj și contrar așteptărilor rezonabile ale consumatorilor;
- operatorul economic recomandă consumatorilor achiziția produselor evidențiate prin etichetele de culoare galbenă și care conțin sintagma „Zilnic preț mic”, cu toate că produsele în cauză și mai ales prețul acestora nu reprezintă neapărat cel mai mic preț din catalog sau vreo ofertă limitată. Consumatorului i se prezintă un produs cu etichetă de culoare galbenă, diferită de cea a produsului expus la vânzare la preț întreg (culoare albă) și identică ca și culoare (galbenă) cu a produselor expuse la comercializare care beneficiază de reduceri de preț;
- afișarea sintagmei „preț avantajos”- operatorul economic lansează o invitație de achiziționare de produse către consumatori, pe considerentul că aceștia ar beneficia de un preț de achiziție avantajos, fără însă a indica ce reprezintă prețul avantajos menționat și care este de fapt beneficiul concret oferit consumatorilor - nu se prezintă un produs identic sau cu caracteristici identice prin care să se permită consumatorului mediu să facă o alegere în cunoștință de cauză referitor la principalele caracteristici cum ar fi: disponibilitatea, avantajele, riscurile, fabricarea, compoziția, accesoriile etc;
- prin modul de prezentare al produselor care s-a desfășurat cu o audiență a consumatorilor „seniori”, mulți dintre ei trecuți de 65 de ani, care pot fi ușor influențabili - prin modul de promovare și vânzare al produselor menționate operatorul economic desfășoară o practică comercială înșelătoare așa cum este ea definită în Legea nr. 363/2007, art. 6 (1) d);
- nu au fost respectate clauzele contractuale din contractul de prestării servicii încheiat cu consumatorul reclamant, EON energie modifică costurile din contract cu valori mai mari decât cele asumate prin contract (5% valoare asumată prin contract de ambele părți, iar la notificare valoarea ratei a crescut cu 12% - act adițional);
- pe site se prezintă telefoane mobile cu o reducere de 38%, nu s-a făcut dovada comercializării unui produs cu asemenea reducere;
- produs cosmetic inexistent în stoc în perioada promoțională declarată în pliant;
- suplimente alimentare inexistente în stocul fizic al farmaciei, oferte promoționale expirate suplimente alimentare;
- produse prezentate în ofertă nu sunt existente în stocul farmaciei/KORILL KIDS declarat ca produs natural, dar are aditivi;
- legume fructe inadvertență țară de proveniență/diferență preț raft/casă de marcat/Chipsury Lays cu perioadă promoțională expirată/Fast Food IMBISS EXTERIOR condiții igienico-sanitare necorespunzătoare;
- practică comercială incorectă/înșelătoare/preț înainte de Black Friday egal cu cel din campania Black Friday;

- aparat de băuturi calde neigenizat/Aparat este destinat pentru a fi racordat la apă. Se utilizează apă din bidon. Pe etichetă se menționează/Ciocolată/Lapte, se utilizează înlocuitori;
- inducere în eroare cu privire la preț și gramaj și neinformare pietre prețioase;
- percepere taxa fără specificare în comanda/deviz;
- jucării diverse oferte, practică înșelătoare evoluție prețuri necorespunzătoare;
- brutărie lipsa informare denumire, preț/kg, practică comercială înșelătoare nu folosește umplutură ciocolată la corn;
- majorare succesivă preț motorina în 09.03.2022 nejustificat din același stoc;
- practici comerciale incorecte la vânzarea sucului Tedi set și Cillit Bang set. Lipsa produs singular la raft;
- legumele și fructele expuse la comercializare prezintă indicată țara de origine diferită de cea menționată în documentele de proveniență;
- practică comercială înșelătoare - gogoși cu glazură ciocolată conform etichetei de la raft, deși pe eticheta ambalajului colectiv produsul era denumit „Gogoși cu umplutură de cacao”;
- acțiuni înșelătoare schimb valutar;
- practici comerciale incorecte taxa salubritare;
- tergiversare calcul facturi;
- produsele semnalizate ca fiind aflate în promoție au fost comercializate la aceleași prețuri anterior datei de început a promoției afișate;
- neconcordanța între prețul pachetului și prețul produsului singular;
- promoția afișată nu era reală;
- înlocuitor prezentat în meniu ca produs lactat;
- practică comercială incorectă - Condimento Bianco comercializat ca și oțet Balsamic
- practici comerciale înșelătoare, produse semnalizate în promoție fără produs de referință;
- pachete de produse la promoție fără produs de referință;
- afișare categorie clasificare superioară celei din certificatul de clasificare.

Exemplu de publicitate înșelătoare/comparativă:

- produsele prezentate în panoul publicitar spre comercializare nu erau expuse la vânzare/disponibile în unitatea comercială;
- prețul vechi nu este prețul de referință, ci un preț mai mare.

• **Aspecte principale în domeniu - Oficiul Român pentru Drepturile de Autor**

Proiectul de Lege pentru modificarea și completarea Legii nr.8/1996 privind dreptul de autor și drepturile conexe, prin care sunt transpuse în legislația națională prevederile Directivei UE 790/2019 privind dreptul de autor în Piața Unică Digitală și Directivei UE 789/2019 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, a fost adoptat în data de 2 martie 2022 de către Camera Deputaților (cameră decizională) și a fost transmis spre promulgare Președintelui României, care a semnat decretul privind promulgarea Legii pentru

modificarea și completarea Legii nr. 8/1996 privind dreptul de autor și drepturile conexe în data de 28 martie 2022.

Modificările aduse asigură o mai mare transparentizare, o mai bună guvernare și funcționare a organismelor de gestiune colectivă pentru susținerea beneficiarilor, precum și creșterea încrederii în activitățile desfășurate din partea titularilor de drepturi, utilizatorilor, și a societății civile în general.

În data de 27 aprilie 2022, Reprezentantul pentru Comerț al Statelor Unite (United States Trade Representative - USTR), agenția Guvernului SUA care se ocupă de relațiile comerciale internaționale, a publicat Raportul Special 301 pentru 2022, în care, pentru prima dată în peste 25 de ani, România este scoasă de pe "Lista de Atenționare" (Watch List), fiind astfel recunoscut formal că avem capacitatea de a depăși limitele semnalate anterior în ce privește protejarea drepturilor de proprietate intelectuală.

România s-a aflat pe "Lista de Atenționare" (Watch List) prima dată în 1995 și, după 3 ani de observație, a intrat pe această Listă unde s-a regăsit în mod constant din 1999 până în 2021, fiind singurul stat membru UE pe Lista în referință.

Eliminarea României de pe Lista de Atenționare din Raportul Special 301 reflectă recunoașterea pașilor semnificativi pe care România i-a făcut în anul 2021 pentru a îmbunătăți protecția și aplicarea drepturilor de proprietate intelectuală, precum și atenția Guvernului României în eficientizarea acestui domeniu cu o contribuție majoră la dezvoltarea economică și socio-culturală a societății.

Pe de altă parte, în continuarea implementării Planului de lucru privind domeniul proprietății intelectuale prevăzut în Memorandumul aprobat de către Prim-ministrul Guvernului României în luna martie 2021, Grupul de lucru, la nivel tehnic, reunind reprezentanți ai majorității ministerelor, organismelor și structurilor cu atribuții în domeniul proprietății intelectuale, s-a întâlnit de mai multe ori în anul 2022, dezbătând diverse aspecte în domeniu. Reamintim faptul că Planul de lucru vizează stabilirea de măsuri specifice, prin care se acordă prioritate apărării drepturilor de proprietate intelectuală, în scopul eficientizării acestora.

- **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) - Demersurile legislative pentru transpunerea Directivei (UE) 2018/1808 de modificare a Directivei 2010/13/UE (Directiva serviciilor mass-media audiovizuale) au continuat și pe parcursul anului 2022 prin „*Proiectul 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*”, înregistrat la Senat (camera decizională) cu nr. L533/2021.

Directiva serviciilor mass-media audiovizuale reglementează coordonarea la nivelul UE a legislației naționale privind toate serviciile mass-media audiovizuale. Cea mai recentă revizuire a directivei a fost efectuată în anul 2018. Directiva 2010/13/UE (DSMAV) revizuită prevede standarde la nivelul UE privind conținutul media pentru toate serviciile mass-media audiovizuale, fie acestea transmisii de televiziune tradiționale sau servicii la cerere, precum și pentru platformele de partajare a materialelor video. Noile prevederi ale DSMAV revizuite consolidează protecția publicului, acordând o atenție specială siguranței celor mai vulnerabile persoane, cum ar fi minorii, prin accentuarea protecției acestora în ceea ce privește comunicările comerciale audiovizuale. De asemenea, noile prevederi combat ura rasială, religioasă sau de orice altă natură prin stabilirea normelor menite să lupte împotriva incitării la violență sau la ură și a instigării publice la săvârșirea de infracțiuni de terorism; extind normele privind conținutul ilegal și dăunător la platformele de partajare a materialelor video; creează condiții de concurență echitabile pentru diferitele tipuri de servicii mass-media audiovizuale; garantează independența autorităților naționale de reglementare în domeniul mass-mediei; mențin diversitatea culturală, de exemplu prin impunerea obligației ca operele europene să reprezinte cel puțin 30% din oferta de servicii media audiovizuale la cerere.

Până la sfârșitul anului 2021, conform informațiilor prezentate pe site-ul Senatului, 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. În perioada ianuarie-mai 2022, pentru continuarea demersurilor legislative derulate la nivelul Senatului, proiectul de lege a primit avize de la Comisia pentru drepturile omului, egalitate de șanse, culte și minorități, Comisia economică, industrii și servicii, Comisia pentru învățământ, tineret și sport, Comisia juridică, de numiri, disciplină, imunități și validări.

La invitația comisiilor Senatului, în vederea susținerii punctului de vedere asupra proiectului de lege, CNA a participat la ședința Comisiei economice, industrii și servicii în data de 25.01.2022, respectiv la ședințele Comisiei pentru cultură și media în datele de 20.04.2022 și 17.05.2022. În susținerea punctului de vedere, CNA a transmis Comisiei pentru cultură și media atât observațiile și propunerile (adresa nr. 796/2022 și adresa nr. 4938/2022) pe care le-a formulat și adresat constant Ministerului Culturii (instituția cu drept de inițiativă legislativă pentru proiectul de lege) și care nu s-au regăsit în forma promovată spre adoptare de către Parlamentul României, cât și amendamentele formulate la proiectul de lege, în vederea analizării și a dezbaterii acestora de către comisie pentru redactarea raportului aferent proiectului de lege.

În data de 19 mai 2022, Comisia Europeană a decis să trimită cinci state membre în fața Curții de Justiție a Uniunii Europene, printre care și România [INFR(2020)0555], pentru nerespectarea obligației de transpunere a Directivei (UE) 2018/1808 de modificare a Directivei 2010/13/UE, Directiva serviciilor mass-media audiovizuale, solicitând impunerea de sancțiuni financiare în conformitate cu articolul 260 alineatul (3) din Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene (TFUE). În temeiul articolului 258 din TFUE, în cazul în care statul în cauză nu se conformează avizului în termenul stabilit de Comisie, aceasta poate sesiza Curtea de Justiție a Uniunii Europene. În plus, în temeiul articolului

260 alineatul (3) din TFUE, Comisia poate solicita Curții de Justiție a Uniunii Europene să impună sancțiuni financiare statelor membre care nu și-au îndeplinit obligația de a comunica măsurile de transpunere a unei directive. În data de 2 iunie 2022, Comisia pentru cultură și media (comisia sesizată în fond) a depus raport favorabil cu amendamente. În data de 7 iunie 2022 proiectul de lege a fost înscris pe ordinea de zi a plenului Senatului și a fost adoptat. În data de 8 iunie 2022, forma adoptată a fost depusă la Secretarul general al Senatului în vederea exercitării dreptului de sesizare asupra constituționalității legii, forma adoptată fiind promulgată în data de 28 iunie 2022, prin Decretul nr. 926/28.06.2022 și devenind Legea nr. 190/28.06.2022.

Potrivit Art. II din Legea nr. 190/2022, „*Legea audiovizualului nr. 504/2002, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 534 din 22 iulie 2002, cu modificările și completările ulterioare, precum și cu modificările și completările aduse prin prezenta lege, va fi republicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, dându-se textelor o nouă numerotare*”. În acest sens, analizând forma republicabilă a Legii audiovizualului nr. 504/2002, transmisă de Secretariatul General al Camerei Deputaților și de adresa Secretariatului General al Senatului, Consiliul Legislativ a avizat negativ republicarea Legii audiovizualului nr. 504/2002, prin aviz nr. 887/01.08.2022. Drept urmare, Consiliul Legislativ precizează în cadrul avizului nr. 887/01.08.2022 faptul că anterior republicării, este necesară reanalizarea, actualizarea și corelarea normelor cu noile prevederi, pentru a nu fi afectată securitatea juridică a reglementării. De asemenea, Consiliul Legislativ a opinat că, în loc de republicarea Legii audiovizualului nr. 504/2002, o soluție legislativă optimă ar fi abrogarea acesteia și înlocuirea ei, prin adoptarea unui nou act în domeniu. În acest fel, ar putea fi evitate unele aspecte de necorelare, care, în caz contrar, ar putea fi menținute prin republicarea legii în vigoare, cu toate consecințele negative de rigoare.

În data de 29 septembrie 2022, Comisia Europeană clasează cauza INFR(2020)0555 în care diferendele cu România au fost soluționate fără a fi necesară continuarea procedurii de către Comisie, întrucât au fost comunicate măsurile naționale de transpunere prin dispozițiile Legii nr. 190/2022.

Până la sfârșitul anului 2022, nu s-a demarat propriu-zis inițierea unui proiect de act normativ de adoptare a unei noi legi a audiovizualului care să se fundamenteze pe observațiile și propunerile formulate de către Consiliul Legislativ. Ulterior adoptării unui nou cadru legislativ în domeniul audiovizualului care să fie integrat corect în ordinea juridică națională, CNA, prin prerogativele conferite de lege, va avea obligația de a asigura implementarea dispozițiilor din Legea audiovizualului care transpun prevederile Directivei (UE) 2018/1808, precum și pentru notificarea măsurilor de implementare. Prin implementare se va realiza modificarea și completarea legislației secundare din domeniul audiovizualului, precum și elaborarea și adoptarea de decizii cu caracter de norme de reglementare care să asigure o transpunere a dispozițiilor Legii audiovizualului, în conformitate cu prevederile Directivei (UE) 2018/1808. Adoptarea sau modificarea și completarea unor acte de reglementare secundară care vin să detalieze legislația primară se realizează doar în limitele și potrivit normelor care le ordonă.

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).

În contextul războiului de agresiune al Federației Ruse împotriva Ucraina și ca urmare a adoptării de către Consiliul Uniunii Europene, începând cu data de 1 martie 2022, a unor pachete de măsuri restrictive¹² privind, printre altele, suspendarea activităților de difuzare a unor canale mass-media de propagandă aflate sub controlul permanent, direct sau indirect, al conducerii Federației Ruse, CNA a răspuns tuturor solicitărilor de informații referitoare la progresul privind implementarea sancțiunilor împotriva Rusiei primite din partea instituțiilor europene (Grupul autorităților europene de reglementare pentru serviciile mass-media audiovizuale – ERGA, Observatorul European al Audiovizualului – OEA, Platforma Europeană a Autorităților de Reglementare în Domeniul Audiovizualului – EPRA) și din partea autorităților de reglementare din statele membre UE.

Recunoscând importanța schimbului de informații cu celelalte autorități europene de reglementare în domeniul audiovizualului, mai ales în această situație critică, CNA a cooperat activ cu acestea pentru a obține și a furniza informații relevante legate de monitorizarea conținutului audiovizual în vederea contracarării eventualelor activități de propagandă ale canalelor de televiziune licențiate în Federația Rusă pentru a reduce impactul distructiv al acestora.

Totodată, CNA a transmis Consiliului Național pentru Televiziune și Radiodifuziune din Ucraina asigurarea că se implică în lupta împotriva dezinformării practicate de instituțiile mass-media din Federația Rusă, care sunt deținute sau afiliate statului, dar și disponibilitatea sa de a colabora cu autoritatea de reglementare din Ucraina în vederea protejării dreptului de exprimare și a promovării libertății și pluralismului mass-media. De asemenea, CNA a informat autoritatea de reglementare din Ucraina cu privire la cadrul legislativ românesc și condițiile de retransmitere pe teritoriul României a serviciilor de programe audiovizuale ucrainene. Ca urmare a adresei CNA, în data de 4 martie, Consiliul Național pentru Televiziune și Radiodifuziune din Ucraina a transmis o adresă prin care a mulțumit pentru sprijinul acordat și a solicitat suspendarea posturilor rusești de pe teritoriul României și înlocuirea acestora cu posturi din Ucraina, punând la dispoziție o listă de posturi ucrainene care pot fi difuzate în România.

¹² Consiliul UE a decis, în cadrul celui de-al nouălea pachet de sancțiuni impuse împotriva Rusiei, adoptat în 16 decembrie 2022, suspendarea licențelor de difuzare a patru canale rusești, NTV/NTV Mir, Rossiya 1, REN TV și Pervii Kanal, percepute ca fiind folosite de Moscova în acțiuni „continue și concertate” de dezinformare și propagandă de război. Anterior, Consiliul UE a decis suspendarea licențelor de emisie a canalelor Sputnik, Russia Today, RTR Planeta, Russia 24 și TV-Țentr.

În anul 2022 CNA a colaborat 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 contribuit cu informații din domeniul audiovizualului la proiectul european AlHaMBRA (Daunele provocate de alcool – Măsurarea și consolidarea capacității de reacție și acțiune politică), finanțat de Comisia Europeană, obiectivul proiectului fiind acela de a realiza un studiu privind reglementarea în Europa a publicității la alcool care vizează mediul digital; cu Observatorul European al Audiovizualului (OEA)¹³ pentru a contribui cu informații la cartografierea celor mai semnificative inițiative și experiențe naționale privind punerea în aplicare a dispozițiilor existente referitoare la comunicările comerciale pe platformele de partajare a materialelor video.

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 la cerere și a platformelor de partajare a materialelor video în temeiul Directivei serviciilor media audiovizuale (DSMAV revizuită). Informațiile din registrele naționale privind jurisdicția serviciilor media audiovizuale sunt colectate pe baza contribuțiilor lunare făcute de autoritățile naționale de reglementare. Actualizarea bazei de date de către OEA are loc în mod regulat, la 2 luni de la înregistrarea oricărei modificări în registrele naționale.

CNA, prin Biroul Reglementări și Relații Europene, în colaborare cu Biroul Licențe Autorizări, 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, în 2022 CNA a răspuns solicitărilor de transmitere de informații (prin intermediul unor sondaje/consultări) din sfera de competență a instituției. Dintre acestea amintim solicitarea primită de CNA de a completa un chestionar în vederea redactării de către Comisie a Raportului privind aplicarea Directivei 2010/13/UE privind serviciile media audiovizuale (DSMAV) pentru perioada 2019-2022. Conform prevederilor DSMAV, Comisia Europeană redactează, o dată la trei ani, un raport privind aplicarea respectivului act normativ, menit să asigure o viziune de ansamblu asupra eficienței sale și,

¹³ 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 egală măsură, să fundamenteze eventuale noi propuneri legislative în materie, în vederea reflectării evoluțiilor tehnologice și a asigurării competitivității sectorului.

În cadrul cooperării dintre autoritățile naționale de reglementare a serviciilor media audiovizuale din statele membre ERGA (Grupul autorităților europene de reglementare pentru serviciile 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 în 2022 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**