



## **GUVERNUL ROMÂNIEI**

### **ORDONANȚĂ DE URGENȚĂ**

**pentru organizarea și desfășurarea unor campanii de informare publică în anul 2021 în contextul situației epidemiologice determinate de răspândirea COVID-19**

Având în vedere necesitatea extinderii perioadei pentru care Guvernul difuzează contra cost, prin intermediul serviciilor de programe de televiziune și radiodifuziune, al ziarelor tipărite, revistelor, publicațiilor periodice, al furnizorilor de servicii media online și furnizorilor de publicitate prin mijloace de publicitate amplasate în localități, înregistrate în România, campanii de informare publică privind măsurile de prevenire și limitare a răspândirii coronavirusului SARS-CoV-2, de informare publică privind modul de reluare a activităților economice și sociale și de promovare a produselor și serviciilor românești și realizarea campaniei de vaccinare gratuită și voluntară în anul 2021 ca urmare a existenței în continuare a urgenței epidemice în România,

luând în considerare atingerea obiectivului urmărit prin adoptarea Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 63/2020, pentru organizarea și desfășurarea unor campanii de informare publică în contextul situației epidemiologice determinate de răspândirea COVID-19, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 164/2020, astfel cum au rezultat din datele furnizate de Autoritatea pentru Digitalizarea României referitor la solicitările depuse de furnizorii de servicii media care doresc participarea la o nouă campanie de informare publică în contextul situației epidemiologice determinate de răspândirea COVID-19 și pentru anul 2021,

ținând cont de necesitatea îndeplinirii obiectivului social de importanță deosebită constând în informarea opiniei publice cu privire la conștientizarea riscurilor de îmbolnăvire în vederea creșterii gradului de conformare voluntară la normele sanitare și sociale impuse de autoritățile competente în vederea limitării efectelor pandemiei, reținându-se faptul că asigurarea unei stări de sănătate corespunzătoare a populației este un drept fundamental prevăzut la art. 34 din Constituția României, republicată, fiind justificată orice măsură legislativă care contribuie la asigurarea acestuia și pentru îndeplinirea acestei obligații a statului de drept,

având în vedere faptul că neadoptarea măsurilor prevăzute în prezenta ordonanță de urgență a Guvernului ar crea o vulnerabilitate periculoasă în cadrul procesului complex de combatere a efectelor pandemiei de COVID-19, aspect urmărit prin adoptarea Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 63/2020,

luând în considerare faptul că sarcina realizării unor astfel de campanii media nu se poate realiza exclusiv de industria mass-media și a publicității, fiind obligatorie susținerea financiară din partea statului, iar impunerea unei obligații acestor structuri private de a furniza informațiile respective fără o contraprestație financiară din partea statului poate fi considerată o afectare substanțială a dreptului de proprietate al companiilor respective, o încălcare a principiului proporționalității, care constituie o garanție a statului de drept,

reținându-se că lipsa derulării unor campanii oficiale de informare va genera efecte sociale și economice deosebit de negative, precum diminuarea conformării voluntare față de măsurile sanitare impuse de autoritățile competente, creșterea numărului de persoane afectate de infectarea cu SARS-CoV-2, creșterea cheltuielilor sanitare pe termen scurt și mediu, prelungirea crizei sanitare și, implicit, prelungirea efectelor negative resimțite de populație, creșterea accelerată a șomajului, adâncirea dezechilibrelor macroeconomice, întârzierea relansării economice, cu consecințe deosebit de grave asupra mediului economic privat și asupra numărului de locuri de muncă din economie,

constatându-se că aspectele menționate vizează un interes public de cea mai mare importanță și constituie o situație cu totul extraordinară, a cărei reglementare nu poate fi amânată și care impune adoptarea de măsuri imediate pe calea ordonanței de urgență,

**în temeiul art. 115 alin. (4) din Constituția României, republicată,**

**Art. 1 - (1) Guvernul difuzează contra cost, prin intermediul serviciilor de programe de televiziune și radiodifuziune, al ziarelor tipărite, revistelor, publicațiilor periodice, al furnizorilor de servicii media online și furnizorilor de publicitate prin mijloace de publicitate amplasate în localități, înregistrate în România, campanii de informare publică privind:**

- a) măsurile de prevenire și limitare a răspândirii coronavirusului SARS-CoV-2;
- b) modul de reluare a activităților economice și sociale și de promovare a produselor și serviciilor românești;
- c) vaccinarea gratuită și voluntară împotriva virusului SARS-CoV-2

**(2) Campaniile de informare publică prevăzute la alin. (1) vor fi realizate de Guvernul României și gestionate de către Secretariatul General al Guvernului și Autoritatea pentru Digitalizarea României până la 30 iunie 2021.**

**(3) Secretariatul General al Guvernului încheie contractele de prestări servicii cu furnizorii de servicii media pe baza cererilor depuse în termen de către furnizorii de servicii**

media și validate de Autoritatea pentru Digitalizarea României prin transmiterea către Secretariatul General al Guvernului a raportului de evaluare și a fișei de calcul.

(4) În cazul campaniilor de informare publică prevăzute la alin. (1) care se realizează prin intermediul serviciilor de programe de televiziune și radiodifuziune, al ziarelor tipărite, revistelor, publicațiilor periodice, al furnizorilor de servicii media online care difuzează, respectiv publică materialele de informare într-o altă limbă decât limba română, acestea vor fi realizate în limba respectivă de către Guvernul României.

(5) Campaniile de informare publică prevăzute la alin. (1) nu se includ în calculul duratei legale alocate publicității comerciale, potrivit dispozițiilor Legii audiovizualului nr. 504/2002, cu modificările și completările ulterioare.

(6) Suma necesară desfășurării campaniilor prevăzute la alin.(1) se asigură de la bugetul de stat prin bugetul Secretariatului General al Guvernului.

(7) Perioada de derulare a campaniilor prevăzute la alin. (1) poate fi prelungită și bugetul total alocat conform alin. (6) poate fi mărit în funcție de necesitățile de informare publică în contextul situației epidemiologice determinate de răspândirea COVID-19.

**Art. 2 - (1) Pot participa la campaniile de informare publică prevăzute la art. 1 alin. (1) furnizorii de servicii de programe de televiziune și radiodifuziune, ziare tipărite, reviste, publicații periodice, furnizorii de servicii media online și furnizorii de publicitate prin mijloace de publicitate amplasate în localități, care îndeplinesc următoarele condiții:**

a) sunt profesioniști în sensul art. 3 alin. (2) din Legea nr. 287/2009 privind Codul civil, republicată, sau asociații și fundații în sensul Ordonanței Guvernului nr. 26/2000 cu privire la asociații și fundații, cu modificările și completările ulterioare;

b) dețin licențe audiovizuale valabile pe care le utilizează efectiv și nu se află sub o interdicție impusă de autoritățile competente ale statului român sau funcționează ca reprezentant media, în baza unui contract de reprezentare cu societăți deținătoare de licență, încheiat anterior declarării stării de urgență pe teritoriul României instituite prin Decretul nr. 195/2020 privind instituirea stării de urgență pe teritoriul României, publicat în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 212 din 16 martie 2020, prelungită prin Decretul nr. 240/2020 privind prelungirea stării de urgență pe teritoriul României, publicat în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 311 din 14 aprilie 2020;

c) au obținut în ultimul an venituri din activități corespunzătoare unuia din următoarele coduri CAEN:

CAEN 5813 - Activități de editare a ziarelor;

- CAEN 5814 - Activități de editare a revistelor și periodicelor;
- CAEN 5819 - Alte activități de editare;
- CAEN 6010 - Activități de difuzare a programelor de radio;
- CAEN 6020 - Activități de difuzare a programelor de televiziune;
- CAEN 6311 - Prelucrarea datelor, administrarea paginilor web și a activităților conexe;
- CAEN 6312 - Activități ale portalurilor web;
- CAEN 6391 - Activități ale agențiilor de știri;
- CAEN 7311 - Activități ale agențiilor de publicitate;
- CAEN 7312 - Servicii de reprezentare media;
- CAEN 9412 - Activități ale organizațiilor profesionale;
- CAEN 9499 - Activități ale altor organizații n.c.a.;

d) nu înregistrează obligații fiscale restante către bugetul general consolidat al statului sau respectă condițiile de eșalonare la plată, conform Legii nr. 207/2015 privind Codul de procedură fiscală, cu modificările și completările ulterioare;

e) nu figurează în evidențele Autorității pentru Digitalizarea României, respectiv Secretariatului General al Guvernului ca debitori ai obligațiilor din campania aferentă anului 2020, desfășurată în temeiul Ordonanței de urgență a Guvernului nr.63/2020 pentru organizarea și desfășurarea unor campanii de informare publică în contextul situației epidemiologice determinate de răspândirea COVID-19, cu modificările și completările ulterioare;

f) în cazul societăților aflate în insolvență, respectă planul de reorganizare admis de instanță;

g) să aibă un număr de cel puțin 2 angajați pe perioadă nedeterminată, cu timp integral sau parțial de lucru, sau contracte de drepturi de autor încheiate cu cel puțin 2 redactori colaboratori, pe perioada ultimelor 6 luni anterioare intrării în vigoare a prezentei ordonanțe de urgență;

h) angajatorul să nu rezilieze din voință proprie niciun contract de muncă și să nu rezilieze unilateral niciun contract de drepturi de autor în vigoare la data semnării contractelor în condițiile respectării prevederilor Legii nr. 53/2003 - Codul muncii, republicată, cu modificările și completările ulterioare, și respectării obligațiilor din contractele de drepturi de autor, pe perioada pentru care se semnează contractele de prestări servicii;

i) pentru portalurile web, să aibă o existență neîntreruptă cel puțin 6 luni înainte de instituirea stării de urgență pe teritoriul României, iar pentru serviciile de programe de televiziune și radiodifuziune, decizia de autorizare să fi fost acordată cu cel puțin 6 luni înainte de instituirea stării de urgență pe teritoriul României;

j) pentru furnizorii ce înscriu publicații tipărite sau portaluri web în campaniile de informare, acestea își continuă funcționarea pe perioada de desfășurare a campaniei cu cel puțin o publicație tipărită sau online;

k) pentru portalurile web, fac dovada deținerii dreptului de a utiliza domeniul de internet;

l) pentru serviciile de programe de televiziune și radiodifuziune, informative și/sau generaliste și sportive, acestea să realizeze și să difuzeze producții proprii de știri și/sau emisiuni informative, iar pentru serviciile de programe de radiodifuziune, acestea să se realizeze și să difuzeze producții proprii de știri și/sau emisiuni informative.

m) pentru publicațiile tipărite, fac dovada auditului pentru tiraj.

(2) Sunt excluși de la plata mesajelor difuzate în cadrul campaniei furnizorii mass-media deținuți și finanțați de autorități publice române sau străine sau de instituții religioase.

**Art.3 - (1) Bugetul campaniilor se distribuie după cum urmează:**

a) 53% pentru serviciile de programe de televiziune, care se distribuie astfel: 8% pentru serviciile de programe de televiziune cu licențe audiovizuale locale și regionale și 45% pentru serviciile deținătoare de licență națională. Sunt considerate televiziuni locale și regionale acele companii care dețin licențe locale sau regionale ce nu sunt identificabile prin nume ca aparținând unui serviciu de programe cu audiență măsurată;

b) 23% pentru furnizorii media online, care se distribuie astfel: cel puțin 5% pentru furnizorii media online cu conținut local și 18% pentru furnizorii media online cu conținut național;

c) 12% pentru serviciile de programe de radiodifuziune, care se distribuie astfel: 8% pentru radiodifuzorii radio cu audiență măsurată la nivel național, conform Studiului de audiență radio (SAR) furnizat de Asociația pentru Radio Audiență (ARA) și 4% pentru radiodifuzorii radio locali sau regionali care nu sunt incluși în studiul național de audiență menționat anterior. Sunt considerate radiodifuzorii locali sau regionali acele radiouri care nu sunt identificabile prin nume ca aparținând unui serviciu de programe cu audiență măsurată și raportată prin intermediul studiului menționat anterior;

d) 5% pentru ziare tipărite, reviste și publicații periodice, cu apariție săptămânală, bilunară sau lunară, cu până la 8 apariții pe an;

e) 4% pentru publicitatea prin amplasarea de mijloace de publicitate în localități, efectuată în condițiile Legii nr. 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate, republicată;

f) 3% pentru creația și producția materialelor care vor fi difuzate în cadrul campaniilor de informare publică și pentru traducerea și adaptarea acestora în limbile minorităților naționale pentru materialele care urmează să fie difuzate în cadrul campaniilor naționale, în condițiile legii, pentru studii și analize sociologice privind percepția publică asupra pandemiei și a măsurilor luate, respectiv pentru monitorizările prevăzută la art.9 alin.(4) și (5); maximum 1% din bugetul campaniei este alocat pentru promovarea materialelor de informare pe platforme și rețele de socializare;

(2) Sumele din bugetul prevăzut la art.1 alin.(6) pot fi redistribuite între categoriile de servicii media prevăzute la alin. (1) sau între servicii, în cadrul aceleiași categorii, la propunerea motivată a Autorității pentru Digitalizarea României, cu încadrarea în bugetul aprobat, în funcție de cererile furnizorilor media validate în cadrul campaniilor de informare publică și de disponibilitățile bugetare pe fiecare categorie de servicii prevăzută la alin. (1) lit. a)-f).

(3) Disponibilitățile înregistrate potrivit alin. (2) se redistribuie prin ordin al secretarului general al Guvernului, cu respectarea procentelor prevăzute la alin. (1) și a ordinii în care au fost înregistrate cererile.

**Art. 4 - (1) Plata serviciilor de publicitate către furnizorii prevăzuți la art. 1 alin. (1), participanți în campanie, se va face după cum urmează:**

a) pentru radiodifuzorii TV cu audiență măsurată la nivelul anului 2020 se acordă 570 lei/punct de audiență națională medie orară pentru un spot video de 30 de secunde, maximum două spoturi pe oră, sau un spot video de 60 de secunde, maximum un spot video pe oră, în intervalul 6,00-24,00. Pentru fiecare jurnalist angajat nou sau reangajat, înregistrat în Revisal, se acordă un bonus suplimentar de 1% din valoarea punctului de audiență, care va fi adăugat la aceasta, pentru perioada următoare angajării sau reangajării, cu condiția păstrării acestor contracte de muncă până la data de 30 iunie 2021. Această prevedere se aplică și în cazul angajării sau reangajării jurnaliștilor concediați din cauza crizei de COVID-19 sau a celor repatriați. Prețul maxim cu bonus inclus nu poate depăși 627 lei/punct de audiență;

b) pentru radiodifuzorii TV, canale tematice, cu licență națională, care nu au audiență măsurată, plata serviciilor de publicitate se va face la nivelul de 100 lei pentru un spot video de 30 de secunde, maximum două spoturi pe oră, sau 200 lei pentru un spot video de 60 de secunde, maximum un spot pe oră, în intervalul 6,00-24,00;

c) pentru radiodifuzorii radio cu audiență măsurată la nivel național, conform Studiului de audiență radio (SAR) furnizat de Asociația pentru Radio Audiență (ARA): în limita bugetelor alocate potrivit art. 3 lit. c), conform cotelor de piață măsurate 6 luni consecutive pe parcursul anului 2020, cel mult 20 de difuzări pe zi ale spoturilor din campanie la prețul de listă al radiodifuzorului pentru un spot de 30 de secunde, cu o reducere de cel puțin 50%. În situația în care, în bugetele prevăzute la art. 3 alin.(1) lit. c), rămân sume nealocate din cauza unor limitări obiective, sumele rămase vor fi redistribuite către celelalte stații care nu au atins aceste limitări, exclusiv prin mecanismul enunțat la lit. c). Redistribuirea se va aplica repetat până la atingerea limitelor respective sau până la consumarea bugetului alocat campaniei.

d) pentru furnizorii media online: 5 lei/1.000 afișări, dar nu mai mult de 8 afișări/vizitator unic pentru aceeași campanie de informare pe o perioadă de 30 de zile și nu mai mult de 200.000 lei/lună pentru un site, pentru bannere 970 x 250 pixeli, 300 x 250 pixeli și 300 x 600 pixeli, amplasate în primele trei ecrane ale portalurilor web varianta desktop și maximum trei ecrane în varianta mobil, fără a depăși două poziții publicitare pe fiecare pagină afișată. O campanie de informare va fi identificată prin unicitatea mesajului comunicat. Pentru furnizorii media online se acordă un bonus de 1 leu/1.000 de afișări pentru fiecare 10 angajați ce depășește numărul menționat la art. 2 alin. (1) lit. f), înregistrați în Revisal la data semnării contractului de prestări servicii. Pentru fiecare jurnalist angajat nou sau reangajat, înregistrat în Revisal, se acordă un bonus de 1 leu/1.000 de afișări pentru perioada următoare angajării sau reangajării, cu condiția păstrării acestor contracte de muncă până la data de 30 iunie 2021. Această prevedere se aplică și în cazul angajării sau reangajării jurnaliștilor concediați din cauza crizei de COVID-19 sau a celor repatriați. Bonusul se adună la valoarea de 5 lei/1.000 de afișări. Prețul maxim cu bonus inclus nu poate depăși 15 lei/1.000 de afișări.”

e) pentru presa tipărită, pe toată perioada de desfășurare a campaniei, fiecare publicație inclusă în campanie va publica, în fiecare ediție a publicației, cel puțin o machetă de o jumătate de pagină, ce va conține o creație oficială din cadrul campaniei, la următoarele costuri:

i. 50.000 lei/lună, pentru fiecare cotidian cu difuzare națională, regională sau locală, cu un tiraj mediu brut per ediție mai mare de 20.000 de exemplare și o apariție regulată și neîntreruptă pentru o perioadă de cel puțin 3 luni în anul 2019;

ii. 30.000 lei/lună, pentru fiecare cotidian cu difuzare națională, regională sau locală, cu un tiraj mediu brut per ediție cuprins între 2.000 și 19.999 de exemplare și o apariție regulată și neîntreruptă pentru o perioadă de cel puțin 3 luni din anul 2019;

iii. 15.000 lei/lună, pentru fiecare cotidian cu un tiraj mediu brut per ediție cuprins între 500 și 1.999 de exemplare, cu minimum 3 apariții săptămânal, cu difuzare națională, locală sau regională, cu o apariție regulată și neîntreruptă pentru o perioadă de cel puțin 3 luni din anul 2019;

iv. 3.000 lei pentru fiecare ediție a publicațiilor periodice: săptămânale, bilunare sau lunare, cu minimum 8 apariții pe an, publicații cu un tiraj mediu brut per ediție mai mare de 2.000 de exemplare, cu difuzare națională, locală sau regională, cu o apariție regulată și neîntreruptă pentru o perioadă de cel puțin 3 luni din anul 2019;

v. 2.000 lei pentru fiecare ediție a publicațiilor periodice: săptămânale, bilunare sau lunare, cu minimum 8 apariții pe an, publicații cu un tiraj mediu brut per ediție cuprins între 500 și 1.999 de exemplare, cu difuzare națională, locală sau regională, cu o apariție regulată și neîntreruptă pentru o perioadă de cel puțin 3 luni din anul 2019;

vi. 4.000 lei pentru fiecare ediție a publicațiilor trimestriale cu cel puțin o apariție în perioada campaniei de informare, cu un tiraj mediu brut per ediție mai mare de 2.000 de exemplare, cu difuzare națională, locală sau regională, cu o apariție regulată și neîntreruptă pentru o perioadă de cel puțin 3 luni din anul 2019;

vii. 2.000 lei pentru fiecare ediție a publicațiilor trimestriale cu cel puțin o apariție în perioada campaniei de informare, cu un tiraj mediu brut per ediție cuprins între 500 și 1.999 de exemplare, cu difuzare națională, locală sau regională, cu o apariție regulată și neîntreruptă pentru o perioadă de cel puțin 3 luni din anul 2019.

f) pentru panourile stradale, în limita bugetelor alocate potrivit art. 3 lit. e), pentru fiecare companie ce solicită includerea în campania de informare, în funcție de cota de piață calculată raportat la numărul total al mijloacelor de publicitate în localități al fiecărei companii, autorizate în condițiile Legii nr. 185/2013, republicată, și fără a depăși pentru o companie 10% din bugetul total alocat pentru afișaj stradal prevăzut la art. 3 lit. e), pe fiecare panou publicitar inclus în campanie va fi afișată o creație oficială din cadrul campaniei, la următoarele costuri, care includ producția materialelor decorative, decorarea și iluminarea:

i. pentru municipiul București, municipiile și orașele cu o populație de peste 200.000 de locuitori: 1.190 lei/lună pentru un panou cu suprafața mai mică de 12 mp; 2.380 lei/lună pentru un panou cu suprafața între 12,01 mp și 50 mp; 11.900 lei/lună pentru un panou cu suprafața mai mare de 50 mp, dar nu mai mult de 10 panouri cu suprafața mai mare de 50 mp pentru o companie;

ii. în localitățile cu o populație mai mică de 200.000 de locuitori: 952 lei/lună pentru un panou cu suprafața mai mică de 12 mp; 1.904 lei/lună pentru un panou cu suprafața între 12,01 mp și 50 mp; 8.330 lei/lună pentru un panou cu suprafața mai mare de 50 mp, dar nu mai mult de 10 panouri cu suprafața mai mare de 50 mp pentru o companie;



iii. spot de 10 secunde la frecvență de 3 minute în cazul panourilor digitale: 1.666 lei/lună pentru un panou cu suprafața mai mică de 12 mp; 2.023 lei/lună pentru un panou cu suprafața între 12,01 mp și 50 mp.

g) Pentru radiodifuzorii locali sau regionali, plata serviciilor de difuzare a campaniei se va face în baza următorului mecanism:

i. 10% din sumă va fi distribuită în cote egale pentru fiecare licență deținută și efectiv utilizată;

ii. 20% din sumă va fi distribuită în cote egale pentru fiecare studio autorizat deținut de companiile deținătoare ale licenței, conform raportărilor depuse la Consiliul Național al Audiovizualului la data de 1 martie 2020;

iii. 70% din sumă va fi distribuită către fiecare deținător de licență, proporțional cu numărul de minute de producție proprie, reprezentând emisiuni de știri sau informative, intervenții ale moderatorilor, emisiuni pe teme economice sau sociale, ponderat cu numărul de locuitori rezidenți în localitățile pentru care s-a acordat licența, cu o ponderare suplimentară aplicată licențelor acordate în București de 0,25, conform raportărilor depuse la Consiliul Național al Audiovizualului până la data de 1 martie 2020.

(2) Secretariatul General al Guvernului efectuează plata serviciilor în tranșe lunare. În cazul furnizorilor media care difuzează campanii de informare publică pe baza cererilor depuse și validate de Autoritatea pentru Digitalizarea României, serviciile prestate de aceștia vor fi cuprinse în fișele de calcul întocmite de Autoritatea pentru Digitalizarea României, anexe la contractele încheiate cu Secretariatul General al Guvernului, și vor fi plătite conform contractului în baza rapoartelor de monitorizare, pentru întreaga perioadă de difuzare.

**Art. 5 - (1)** Mesajele din campanie vor avea un caracter exclusiv informativ, noncomercial, iar plasarea acestora se va face în cadrul unui conținut adecvat, după cum urmează:

a) radiodifuzare - în cadrul buletinelor de știri, al emisiunilor informative, al emisiunilor cu informații economice și financiare și al emisiunilor de educație sanitară/medicină, îngrijire personală, educație, familie și copii, știință, tehnologie și sport, precum și al altor programe ce sunt difuzate în intervalul orar 6,00-24,00;

b) ziare, reviste și periodice - cotidiene generaliste naționale sau locale, cotidiene populare, publicații economico-financiare, publicații de afaceri, publicații de sănătate/medicină, știință, tehnologie, cultură și sport sau suplimentele unor astfel de publicații;

c) portaluri web - cu un conținut din următoarele categorii: știri și analize, naționale sau locale, știri generale, economico- financiar, sănătate și îngrijire personală, educație, familie și copii, știință, tehnologie și sport;

d) în localități - amplasarea mijloacelor de publicitate se va realiza în zone cu vizibilitate, evitându-se aglomerarea acestora în aceeași zonă.

(2) Campaniile de informare vor conține, fără a se limita la acestea, și materiale noncomerciale pentru promovarea următoarelor industrii românești: turism, industria IT, agricultură și zootehnie, industria auto, care vor fi difuzate în limba română și în mediul online în limbi de circulație internațională precum engleză, franceză și germană.

**Art. 6 - Societatea Română de Televiziune și Societatea Română de Radiodifuziune** difuzează, în mod gratuit, campaniile de informare publică derulate în baza prezentei ordonanțe de urgență.

**Art. 7 – (1)** În vederea participării la desfășurarea campaniilor de informare publică din anul 2021, serviciile de programe de televiziune și radiodifuziune, ziarele tipărite, revistele, publicațiile periodice, furnizorii de servicii media online și furnizorii de publicitate prin mijloace de publicitate amplasate în localități vor completa o cerere de participare, însoțită de documentele prevăzute la art.2 alin.(1), cu privire la îndeplinirea condițiilor de eligibilitate, care se transmit Autorității pentru Digitalizarea României, în format letric sau electronic.

(2) Cererea va conține următoarele elemente:

a) datele de identificare ale solicitantului;

b) serviciul/serviciile mass-media furnizat/e care participă la campanie;

c) date privind audiența/tirajul/traficul online, cu precizarea expresă a organismului independent în domeniu care a efectuat evaluarea. Pentru traficul online se consideră organism independent orice instituție terță care furnizează date de trafic independente;

d) date privind mijloace de publicitate în localități administrate în condițiile Legii nr. 185/2013, republicată;

e) contul bancar deschis pe teritoriul României, utilizat pentru participarea în campaniile de informare publică, cu precizarea faptului dacă este plătitor/neplătitor de TVA;

f) pentru datele prevăzute la lit. a), c), d) și e) se vor atașa documentele care să ateste aceste date.

g) pentru fiecare portal web înscris în campanie se va preciza numărul maxim de afișări ce pot fi luate în calcul pe o perioadă de 30 de zile dar nu mai puțin de 50000 de afișări

(3) Termenul-limită pentru transmiterea solicitărilor prevăzute la alin.(1) este de 8 februarie 2021.

(4) Cererile furnizorilor sunt analizate de Autoritatea pentru Digitalizarea României și, după caz, declarate eligibile și validate pe baza documentelor prezentate. Cererile validate, însoțite de fișa de calcul și raportul de evaluare, se transmit la Secretariatul General al Guvernului în vederea încheierii contractelor de prestări servicii cu furnizorii selectați de ADR.

(5) Modelul contractului de prestări servicii se aprobă prin ordin comun al secretarului general al Guvernului și al președintelui Agenției pentru Digitalizarea României.

**Art. 8 - (1)** În cazul solicitanților care au transmis, prin orice mijloc, în termenul prevăzut la art. 7 alin. (3), o cerere de participare incompletă, Autoritatea pentru Digitalizarea României cere completarea cu informațiile și, după caz, cu documentele corespunzătoare, inclusiv retransmiterea, prin orice mijloace, a cererilor de participare la campaniile de informare publică.

(2) Informațiile și documentele solicitate în conformitate cu prevederile alin. (1) se transmit, prin mijloacele de comunicare indicate de către Autoritatea pentru Digitalizarea României, în termen de 10 zile lucrătoare de la data primirii solicitării.

(3) Nerespectarea dispozițiilor alin. (2) atrage invalidarea cererilor de participare a solicitanților în cauză la campaniile de informare publică realizate de Guvern.

(4) În vederea validării cererii și stabilirii eligibilității, Autoritatea pentru Digitalizarea României poate solicita, în scris, prin orice mijloc de comunicare, persoanei sau persoanelor juridice care au dreptul legal de a certifica aceste date, după caz, documente și informații suplimentare.

(5) Contractul se semnează de către furnizorul de servicii media prin semnătură electronică, caz în care se transmite Secretariatului General al Guvernului prin mijloace electronice de comunicare, sau în formă olografă, caz în care se transmite prin intermediul serviciilor poștale.

**Art. 9 - (1)** Rapoartele de activitate ale prestatorilor se verifică de către Autoritatea pentru Digitalizarea României, înainte de efectuarea plății fiecărei tranșe lunare. În cazul în care Autoritatea pentru Digitalizarea României constată că prestatorul a furnizat date nereale privind serviciile prestate sau a executat necorespunzător, comunică Secretariatului General al Guvernului propunerea de reziliere a contractului, sesizarea organelor competente și propunerea de recuperare a sumelor acordate în legătură cu derularea contractului.

(2) Reprezintă motiv de reziliere unilaterală a contractului încheiat cu furnizorul de servicii media promovarea sau difuzarea repetată de mesaje care încurajează la nerespectarea normelor de protecție sanitară și de combatere a răspândirii virusului SARS-CoV-2, la negarea existenței acestuia, precum și la descurajarea vaccinării împotriva COVID-19, ori alte îndemnuri incompatibile cu obiectul campaniilor de informare.

(3) Materialele audiovizuale și tipărite care vor fi difuzate în cadrul campaniilor de informare publică, precum spoturi audio și video, bannere online, machete print, machete pentru panotaj, vor fi achiziționate potrivit legii sau create și produse pe bază de voluntariat.

(4) Monitorizarea executării campaniilor online, presă scrisă și amplasarea de mijloace de publicitate în localități se realizează de Autoritatea pentru Digitalizarea României prin servicii proprii de monitorizare și/sau cu sprijinul unui organism independent, standardizat și transparent, pe baza standardelor agreeate și utilizate în industria media, desemnat de structurile asociative ale industriei media, pe bază de voluntariat și/sau plătit.

(5) Serviciul de planificare media, raportare și monitorizare media al campaniei pentru radiodifuzori se realizează de Autoritatea pentru Digitalizarea României pe baza serviciilor furnizate de un organism independent, standardizat și transparent, în baza standardelor agreeate și utilizate în industria media, desemnat de structurile asociative ale industriei media, pe bază de voluntariat și/sau plătit.

**Art.10 – (1) Creanțele de recuperat rezultate din derularea contractelor de prestări servicii sunt creanțe bugetare a căror recuperare se efectuează de către organele fiscale din subordinea Agenției Naționale de Administrare Fiscală, conform prevederilor Legii nr. 207/2015, cu modificările și completările ulterioare.**

(2) Creanțele de recuperat se stabilesc de către Secretariatul General al Guvernului și se individualizează într-un înscris care constituie titlu executoriu, ce se transmite organului fiscal competent în vederea recuperării potrivit alin. (1).

(3) Sumele recuperate de organul fiscal potrivit alin. (1) se fac venit la bugetul de stat și se încasează într-un cont de venituri distinct.

(4) Pentru creanțele de recuperat, debitorii datorează dobânzi și penalități de întârziere potrivit Legii nr. 207/2015, cu modificările și completările ulterioare, calculate de organul fiscal competent pentru perioada de când s-a efectuat plata și până când s-au recuperat sumele.

(5) În situația în care în urma monitorizărilor prevăzute la art.9 alin. (4) și (5) se observă că execuția campaniei de informare publică nu a corespuns pe deplin specificațiilor din prezenta

ordonanță de urgență, Autoritatea pentru Digitalizarea României aplică următoarele corecții financiare în fișele de calcul transmise Secretariatului General al Guvernului:

a) suma alocată unei publicații va fi diminuată proporțional cu gradul de neafișare al campaniei;

b) suma alocată unui portal web va fi diminuată proporțional cu gradul de neafișare al campaniei;

c) suma alocată mijloacelor de publicitate în localități va fi diminuată proporțional cu perioada pentru care panoul nu a fost decorat conform specificațiilor.

(6) În termen de 15 zile de la împlinirea termenului prevăzut la art.1 alin.(2), Secretariatul General al Guvernului publică pe pagina de internet un raport asupra desfășurării campaniei de informare publică.

**Art.11 – (1)** În vederea îndeplinirii obligațiilor prevăzute de prezenta ordonanță de urgență a Guvernului, Secretariatul General al Guvernului încheie protocol de colaborare cu Autoritatea pentru Digitalizarea României.

(2) Pentru realizarea nevoilor determinate de prevenirea și combaterea efectelor pandemiei de COVID-19, în vederea asigurării suportului tehnic de comunicare în campaniile de informare publică prevăzute la art. 1, se suplimentează numărul de posturi aferent aparatului de lucru al Guvernului cu 30 de posturi și al Autorității pentru Digitalizarea României cu 20 de posturi.

**PRIM MINISTRU**

**FLORIN-VASILE CÎȚU**

București,

Nr.