



# PARLAMENTUL ROMÂNIEI

CAMERA DEPUTAȚILOR

SENATUL

## LEGE

**privind aprobarea 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**

**Parlamentul României adoptă prezenta lege.**

**Articol unic.** – Se aprobă Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 63 din 7 mai 2020 pentru organizarea și desfășurarea unor campanii de informare publică în contextul situației epidemiologice determinate de răspândirea COVID-19, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 373 din 8 mai 2020, cu modificările și completările ulterioare, cu următoarele modificări și completări:

**1. La articolul 1, alineatul (2) se modifică și va avea următorul cuprins:**

„(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. Guvernul României va realiza și va transmite spre difuzare cel puțin trei campanii de informare publică lunar până la 31 decembrie 2020.”

**2. La articolul 1, după alineatul (2) se introduce un nou alineat, alin. (2<sup>1</sup>), cu următorul cuprins:**

„(2<sup>1</sup>) 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.”

**3. La articolul 1, alineatul (4) se modifică și va avea următorul cuprins:**

„(4) Bugetul total alocat campaniilor de informare publică prevăzute la alin. (1) este de maximum 200.000 mii lei, exclusiv T.V.A., pe toată durata acestora. Toate valorile din prezenta ordonanță de urgență sunt fără T.V.A. Sumele se asigură prin bugetul Secretariatului General al Guvernului.”

**4. La articolul 1, alineatul (5) se modifică și va avea următorul cuprins:**

„(5) Perioada de derulare a campaniilor prevăzute la alin. (1) poate fi prelungită și bugetul total alocat conform alin. (4) poate fi mărit în funcție de necesitățile de informare publică în contextul situației epidemiologice determinate de răspândirea COVID-19 și de necesitățile de promovare a produselor și serviciilor românești pentru reluarea activității economice.”

**5. La articolul 2, alineatul (1), după litera f) se introduce o nouă literă, lit. f<sup>1</sup>), cu următorul cuprins:**

„f<sup>1</sup>) 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;”

**6. La articolul 3, litera a) se modifică și va avea următorul cuprins:**

„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;”

**7. La articolul 3, litera f) se modifică și va avea următorul cuprins:**

„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.”

**8. La articolul 4, alineatul (1), litera a) se modifică și va avea următorul cuprins:**

„a) pentru radiodifuzorii TV cu audiență măsurată la nivelul anului 2019: 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 06,00-24,00.

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 31 decembrie 2020. 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;”

**9. La articolul 4, alineatul (1), după litera a) se introduce o nouă literă, lit. a<sup>1</sup>), cu următorul cuprins:**

„a<sup>1</sup>) pentru radiodifuzorii TV, canale tematice, cu licență națională și care îndeplinesc cumulativ condițiile prevăzute la art. 1 și 2 din prezenta ordonanță de urgență, 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 2 spoturi pe oră, sau 200 lei pentru un spot video de 60 de secunde, maximum 1 spot pe oră, în intervalul 06,00-24,00;”

**10. La articolul 4, alineatul (1), litera d) se modifică și va avea următorul cuprins:**

„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 acorda 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 31 decembrie 2020. 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.”

**11. Articolul 5 se modifică și va avea următorul cuprins:**

„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, economic 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 non-comerciale 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.”

**12. La articolul 7 alineatul (2), litera c) și alineatele (4) și (5) se modifică și vor avea următorul cuprins:**

„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;

.....

(4) Termenul limită pentru transmiterea solicitărilor către Secretariatul General al Guvernului este de 31.10.2020.

(5) La sfârșitul fiecărei luni calendaristice, în baza datelor comunicate de solicitanți, Secretariatul General al Guvernului publică pe pagina de internet raportul generat prin aplicația web gestionată de Autoritatea pentru Digitalizarea României cu cererile validate, sumele alocate fiecărui participant la campanie, condițiile contractuale de derulare a campaniei.”

*Această lege a fost adoptată de Parlamentul României, cu respectarea prevederilor art. 75 și ale art. 76 alin. (2) din Constituția României, republicată.*

p. PREȘEDINTELE  
CAMEREI DEPUTAȚILOR



**FLOREN IORDACHE**



p. PREȘEDINTELE  
SENATULUI



**ROBERT-MARIUS CAZANCIUC**

București, 4 august 2020  
Nr. 164