

Livrabil nr. 5

Plan de acțiuni până în 2020 realizat în domeniul comerțului electronic conform metodologiei comune de planificare strategică, în domeniul comerțului electronic

Versiunea consolidată în urma derulării procesului de consultare publică

Versiune finală

Abrevieri

ANAF	Agenția Națională de Administrare Fiscală
AADR	Agenția pentru Agenda Digitala a României
ANCOM	Autoritatea Națională pentru Administrare și Reglementare în Comunicații
ANPC	Agenția Națională pentru Protecția Consumatorilor
ANSPDCP	Autoritatea Națională de Supraveghere a Prelucrării Datelor cu Caracter Personal
ASF	Autoritatea de Supraveghere Financiară
BNR	Banca Națională a României
CE	Comisia Europeană
CC	Consiliul Concurenței
CERT-RO	Centrul Național de Răspuns la Incidente de Securitate Cibernetică
DESI	Digital Economy and Society Index, Indicele economiei și societății digitale
ECC	Centrul European al Consumatorilor din România
HG	Hotărârea Guvernului
ICI	Institutul Național de Cercetare-Dezvoltare în Informatică
IGPR	Inspectoratul General al Poliției Române
INS	Institutului National de Statistică
L	Legea
MCSI	Ministerul Comunicațiilor și Societății Informaționale
MEN	Ministerul Educației Naționale

MFP	Ministerul Finanțelor Publice
MMACA	Ministerul pentru Mediul de Afaceri, Comerț și Antreprenariat
MS	Ministerul Sănătății
MT	Ministerul Turismului
OG	Ordonanța Guvernului
OUG	Ordonanța de Urgență a Guvernului
ORDA	Oficiul Român pentru Drepturile de Autor
PF	Poliția de Frontieră Română
PL	Politia Locală
SAL	Soluționarea Alternativă a Litigiilor
SOL	Soluționarea Online a Litigiilor
UE	Uniunea Europeană

Cuprins

1. Introducere	5
2. Abordare metodologică privind planificarea strategică a implementării Politicii publice în domeniul comerțului electronic	7
Preambul.....	7
Structura Planului de acțiuni.....	8
Principii metodologice pentru elaborarea proiectului Planului de Acțiuni...8	
Consultarea publică pentru definitivarea Planului de Acțiuni	9
3. Plan de acțiuni până în 2020 realizat în domeniul comerțului electronic.	13
3.1. Definirea problemei	13
3.2. Planul de măsuri . Corespondență Obiective - Măsuri - Acțiuni	13
4. Mecanismul de actualizare a planului de acțiuni în funcție de situația concretă de piața comerțului electronic și a progresului înregistrat în implementarea politicii publice în domeniul comerțului electronic	32
Monitorizarea.....	34
Evaluarea	35
Măsurarea impactului	37
5. Anexe	41

1. Introducere

Prezentul livrabil a fost elaborat în cadrul proiectului “Îmbunătățirea normelor, procedurilor și mecanismelor necesare MCSI în vederea continuării dezvoltării sectorului de comerț electronic” cod SIPOCA 18, implementat de Ministerul Comunicațiilor și Societății Informaționale (MCSI). Proiectul are ca obiectiv general stimularea dezvoltării eficiente și sigure a sistemului de comerț electronic, prin îmbunătățirea capacității administrative a MCSI, responsabil cu coordonarea și îndeplinirea liniilor strategice de dezvoltare a comerțului electronic prevăzute în SNADR 2020. Obiectivele specifice ale acestui proiect sunt:

- Creșterea calității reglementarilor în domeniul comerțului electronic prin realizarea unei analize pertinente a cadrului normativ existent și formularea unor propuneri de îmbunătățire a acestuia.
- Îmbunătățirea mecanismelor de coordonare și colaborare ale MCSI în vederea implementării eficiente și eficace a liniilor de acțiune în domeniul comerțului electronic prevăzute în SNADR 2020.

În cadrul proiectului, MCSI și-a propus obținerea următoarelor rezultate:

- Elaborarea unei propuneri de politica publică în domeniul e-comerț (inclusiv evaluarea ex-ante a acesteia), în colaborare cu instituțiile care reglementează acest domeniu;
- Elaborarea unei analize exhaustive a cadrului normativ actual din domeniul comerțului electronic național;
- Elaborarea unei analize de impact cu privire la necesitatea creării/desemnării unei autorități de certificare a magazinelor on-line de încredere;
- Elaborarea unui plan de acțiuni până în 2020 realizat în domeniul comerțului electronic conform metodologiei comune de planificare strategică;
- Crearea a două mecanisme, unul de coordonare între MCSI și instituțiile implicate în e-comerț și unul de cooperare a MCSI cu părțile interesate;
- Asigurarea de cunoștințe și abilități îmbunătățite ale reprezentanților administrației publice cu atribuții în domeniul comerțului electronic prin realizarea de sesiuni de formare și a unei conferințe naționale.

Pentru atingerea acestor rezultate au fost definite o serie de activități, a căror derulare să concure la obținerea rezultatelor dorite. Astfel, au fost definite în cadrul proiectului activități care să asigure o analiză a cadrului normativ actual în domeniul comerțului electronic, care au presupus identificarea tuturor reglementărilor aplicabile, identificarea posibilelor suprapuneri, sincope, inconsistențe legislative și a măsurilor necesare de corectare a acestor neajunsuri legislative.

De asemenea, au fost analizate componentele sistemului de comerț electronic care creează dificultăți pentru operatori și/sau utilizatori precum și posibilele

abuzuri specifice comerțului electronic și litigiile care au apărut între diverși participanți la actul de comerț electronic, pentru a identifica măsuri de corectare a acestor neajunsuri.

Un pas firesc pentru completarea informațiilor rezultate din analizele anterior menționate și pentru realizarea unei analize exhaustive a cadrului normativ actual din domeniul comerțului electronic național a fost identificarea instituțiilor publice care au anumite roluri, atribuții și responsabilități în domeniul comerțului electronic, fie acestea de reglementare, fie de monitorizare și control.

Ulterior acestor analize, pe baza rezultatelor pe care acestea le-au evidențiat, a fost analizat în detaliu modul de rezolvare a litigiilor și posibilitatea ca acestea să se soluționeze într-un mod mai facil pentru consumator și comerciant.

Pasul următor a constat în derularea unei analize comparative a sistemelor de reglementare a comerțului on-line din cadrul a 6 țări europene - Marea Britanie, Polonia, Ungaria, Bulgaria, Olanda, Spania și în realizarea analizei de oportunitate de creare/ desemnare a unei autorități de certificare a magazinelor on-line de încredere.

Având în vedere rezultatele activităților prezentate, a fost întocmită o propunere de politică publică pentru comerțul electronic. Documentul de politică publică identifică nevoia de intervenție, o fundamentează prin prezentarea de date actuale și oficiale și prevede o serie de măsuri. Politică publică, însoțită de planul de acțiune au făcut obiectul unei consultări publice în perioada ianuarie - februarie 2019.

Pentru implementarea acestor măsuri prevăzute de politica publică se remarcă nevoia unei colaborări între instituțiile publice și stakeholderii privați, asociații ale societății civile, dar și a unei coordonări a tuturor activităților întreprinse. În cadrul proiectului s-au analizat cele mai bune practici cu privire la mecanismele de colaborare și coordonare existente între instituții publice și stakeholderi privați, asociații ale societății civile la nivel european sau internațional în domeniul e-comerț sau în domenii conexe relevante pentru domeniu.

În anticiparea viitoarelor colaborări între instituțiile publice cu atribuții în domeniul comerțului electronic, una din activitățile derulate în cadrul proiectului a fost instruirea a 80 de funcționari publici în domeniul comerțului electronic.

Prezentul livrabil a fost elaborat pe baza analizelor efectuate în cadrul activităților:

- A.9 Elaborarea planului de acțiune până în 2020, realizat în domeniul comerțului electronic conform metodologiei comune de planificare strategică. Realizarea calendarului etapelor necesare de parcurs în vederea atingerii liniilor strategice asumate prin SNADR 2020 în domeniul comerțului electronic;

- A.10 consultare publica asupra planului de actiune elaborat, potrivit legislatiei in vigoare si finalizarea acestuia,

care s-au concretizat în livrabilele intermediare următoare:

- Plan de acțiuni până în 2020 realizat în domeniul comerțului electronic
- Raport privind consultarea publică asupra planului de acțiune elaborat

Livrabilul conține, așadar, atât planul de acțiune elaborate, cât și opiniile exprimate de părțile interesate asupra acestuia și a propunerii de politică publică din care face parte.

Prin urmare, rezultatul final al acestui livrabil îl reprezintă propunerea de politică publică revizuită (inclusiv planul de acțiuni) în acord cu observațiile primite din partea celor interesați pe parcursul derulării procesului de consultare publică.

2. Abordare metodologică privind planificarea strategică a implementării Politicii publice în domeniul comerțului electronic

Preambul

În complexul proces de implementare a Politicii publice în domeniul comerțului electronic instrumentul strategic este reprezentat de **Planul de Acțiuni pentru implementarea Politicii publice în domeniul comerțului electronic.**

Elementele de planificare strategică a Planului de Acțiuni:

1. Normele legale incidente elaborării Planului de Acțiuni pentru implementarea politicii publice în domeniul comerțului electronic
2. Structura Planului de acțiuni
3. Principii metodologice pentru elaborarea proiectului Planului de Acțiuni
4. Consultarea publică pentru definitivarea Planului de Acțiuni
 - 4.1. Consultarea cu reprezentanți ai autorităților publice, operatori economici și asociații profesionale interesate
 - 4.2. Consultarea publică pentru Planul de Acțiuni
5. Normele legale incidente elaborării Planului de Acțiuni pentru implementarea politicii publice în domeniul comerțului electronic

Pregătirea Planului de acțiune a fost realizată pornind de la elementele strategice explicit formulate în reglementările naționale incidente:

- HG nr. 870/2006 privind aprobarea Strategiei pentru îmbunătățirea sistemului de elaborare, coordonare și planificare a politicilor publice la

nivelul administrației publice centrale, cu modificările și completările ulterioare

- HG 755/2005 pentru aprobarea Regulamentului privind procedurile de elaborare, monitorizare și evaluare a politicilor publice la nivel central din 14.07.2005.

Articolul 4, lit h) din Hotărârea Guvernului nr. 755/2005, prin care a fost adoptat Regulamentul privind procedurile de elaborare, monitorizare și evaluare a politicilor publice la nivel central, specifică faptul că implementarea variantei de politici publice este o „etapă a procesului politicilor publice care constă în totalitatea activităților prin care o variantă de politici publice este pusă în aplicare, prin adoptarea unuia sau mai multor acte normative, respectiv aplicarea unui plan de acțiune corespunzător”.

Structura Planului de acțiuni

Elementele componente ale planului de acțiune au fost structurate în conformitate cu cerințele HG 870/2006, cu modificările și completările ulterioare.

Planul de acțiune este menit să pună în practică propunerea de Politică publică în domeniul comerțului electronic, elaborată în contextul Strategiei Naționale privind Agenda Digitală a României 2020 și a creării Pieței Unice Digitale pentru Europa - prin implementarea Strategiei privind Piața Unică Digitală pentru Europa, adoptată în anul 2015.

Ca urmare a finalizării propunerii de politică publică, echipa de consultanță a elaborat planul de acțiune până în 2020 pentru domeniul comerț electronic. Planul de acțiune a fost elaborat în conformitate cu prevederile metodologiei comune de planificare strategică și include:

- ✓ Etapele necesare implementării Politicii publice în domeniul comerțului electronic, respectiv:
 - Măsurile
 - Sub-măsurile
 - Acțiunile
- ✓ Un calendar al etapelor necesare, respectiv al fiecărei măsuri, sub-măsuri și acțiuni de parcurs pentru atingerea liniilor strategice asumate prin SNMADR 2020 în domeniul comerțului electronic.
- ✓ Stakeholder-ii implicați în realizarea fiecărei etape.
- ✓ Rezultatele concrete, țintele de atins pentru fiecare etapă.
- ✓ Termenele de realizare.
- ✓ Mecanismele de corecție și feedback pentru implementarea fiecărei etape.

Principii metodologice pentru elaborarea proiectului Planului de Acțiuni

Principiile metodologice utilizate pentru elaborarea proiectului Planului de Acțiuni au fost:

- planul a fost întocmit într-un mod realist pentru a putea conduce la implementarea soluției de politici publice alese și la atingerea liniilor strategice asumate prin Politica Publică în domeniul comerțului electronic; realismul a fost asigurat prin consultarea tuturor actorilor instituționali asupra obiectivelor strategice și a direcțiilor strategice de acțiune;
- planul conține prevederi specifice domeniului e-comerț și prioritățile aferente acestui domeniu; astfel planul de acțiune conține exclusiv măsuri de natură a duce la creșterea volumului de tranzacții comerciale electronice și pe de altă parte de asigurare a unor condiții de piață liberă și echitabilă pentru operatorii de servicii de comerț electronic.
- planul de acțiune prezintă o arhitectură complexă de intervenții ierarhizate pe măsuri, sub-măsuri și detaliată până la nivel de acțiune. Fiecare măsură, sub-măsură și acțiune este subsumată unui obiectiv specific;
- planul de acțiune prezintă în mod clar responsabilitățile și atribuțiile instituțiilor implicate în implementare, având asociate și metodologii/proceduri de coordonare și respectiv colaborare acolo unde intervențiile presupun o conlucrare trans-instituțională;
- în cadrul planului de acțiune au fost stabilite termene precise și fezabile de realizare a activităților propuse; fezabilitatea a fost asigurată prin consultarea cu actorii principali responsabili de implementarea intervențiilor;
- planul prezintă în mod structurat intercorelarea acțiunilor propuse din perspectiva impactului fiecăreia dintre ele;
- pentru fiecare acțiune planul conține fișe de proiect, care detaliază atât categoriile de resurse necesare cât și natura rezultatelor și a impactului așteptat;
- planul conține și proiecția mecanismului de actualizare a acestuia în funcție de situația concretă de piața comerțului electronic și a progresului înregistrat în implementarea politicii publice în domeniul comerțului electronic.

Menționăm că planificarea nu este un proces care se încheie odată cu crearea unui plan de acțiuni, ci continuă cu implementarea și monitorizarea acestuia, documentul urmând ca pe parcursul implementării să sufere îmbunătățiri și modificări menite să îl facă mai eficient. De aceea, pentru a asigura eficiența planului de acțiuni propus, în cadrul proiectului s-a elaborat un mecanism de monitorizare și actualizare a acestuia bazat pe rezultatele implementării și pe organizarea de consultări periodice cu toate părțile responsabile.

Consultarea publică pentru definitivarea Planului de Acțiuni

O parte importantă în elaborarea planului de acțiune a reprezentat-o activitatea de consultare cu instituțiile publice și cu actorii relevanți. Aceasta a fost realizată prin două etape consecutive:

- ✓ Consultarea cu reprezentanți ai autorităților publice, operatori economici și asociații profesionale interesate
- ✓ Consultarea publică pentru Planul de Acțiuni

Consultarea cu reprezentanți ai autorităților publice, operatori economici și asociații profesionale interesate

Astfel, au fost organizate 4 ateliere de lucru, totalizând un număr de peste 20 de persoane, reprezentanți ai autorităților publice (ministere, agenții, autorități cu atribuții în domeniul e-comerț), operatori economici și asociații profesionale interesate. Cele 4 ateliere de lucru au fost organizate astfel:

- Primul atelier de lucru s-a derulat la finalul primei sesiuni de formare derulate în cadrul activității A16 "Realizarea de sesiuni de formare în domeniul comerțului electronic a reprezentanților administrației publice cu responsabilități în implementarea liniilor de acțiune din domeniul comerțului electronic aferente SNADR 2020 - 80 de persoane formate", în perioada 14-18 ianuarie 2019. La acesta au participat o serie dintre reprezentanții instituțiilor publice cu atribuții în domeniul comerțului electronic, desemnați să participe la sesiunile de instruire și care au dorit să ia parte și la discuția privind planul de acțiune. Lista participanților la discuțiile referitoare la planul de acțiune se regăsește anexată prezentului document.
- Cel de-al doilea atelier de lucru s-a derulat la finalul celei de-a doua sesiuni de formare derulate în cadrul activității A16 "Realizarea de sesiuni de formare în domeniul comerțului electronic a reprezentanților administrației publice cu responsabilități în implementarea liniilor de acțiune din domeniul comerțului electronic aferente SNADR 2020 - 80 de persoane formate", în perioada 21 - 25 ianuarie 2019. La acesta au participat o serie dintre reprezentanții instituțiilor publice cu atribuții în domeniul comerțului electronic, desemnați să participe la sesiunile de instruire și care au dorit să ia parte și la discuția privind planul de acțiune. Lista participanților la discuțiile referitoare la planul de acțiune se regăsește anexată prezentului document.
- Al treilea și al patrulea atelier au fost organizate în cursul lunii februarie (13 februarie 2019) cu o serie de operatori economici care au dorit să își exprime părerea asupra acestuia. Lista participanților la discuțiile referitoare la planul de acțiune se regăsește anexată prezentului document.

Concluziile rezultate în urma derulării atelierelor de lucru sau fost consemnate și au fost integrate în Propunerea de politică publică și în Planul de acțiune până în 2020 în domeniul comerțului electronic conform metodologiei comune de planificare strategică și în calendarul etapelor necesare de parcurs în vederea atingerii liniilor strategice asumate prin SNADR 2020 în domeniul comerțului electronic.

Consultarea publică pentru Planul de Acțiuni

Baza legală privind procesul de consultare publică

Procesul de consultare publică s-a desfășurat în conformitate cu prevederile următoarelor acte normative:

- Legea nr. 52/2003 privind transparența decizională în administrația publică;
- Hotărârea de Guvern nr. 521/2005 cu privire la procedura de consultare a structurilor asociate ale autorităților administrației publice locale în cadrul elaborării proiectelor de lege, cu modificările și completările ulterioare;
- Legea nr. 62/2011 cu privire la dialogul social, cu modificările și completările ulterioare.

Ulterior elaborării politicii publice și a planului de acțiune, experții Consultanțului au organizat, în perioada 25 ianuarie - 15 februarie 2019 procesul de consultare publică aferent planului de acțiune în domeniul e-comerț.

Așadar, în cadrul procesului de consultare publică cu privire la Planul de acțiune până în 2020, realizat în domeniul comerțului electronic, părțile interesate au fost consultate cu privire la următoarele aspecte: măsurile propuse și acțiunile de implementat, termenele de realizare a activităților propuse, intercorelarea activitățile propuse.

Consultarea publică a presupus implicarea tuturor părților cu interese semnificative în domeniul e-comerț: cetățeni, operatori economici și organizații non-guvernamentale afectate de politica publică în domeniul e-comerț; părțile care dețin informațiile, resursele și expertiza necesare pentru formularea și implementarea Planului de acțiune (ministere și instituțiile implicate în dezvoltarea comerțului electronic); părțile care vor fi responsabile cu monitorizarea și evaluarea implementării Planului de acțiune și a calendarului etapelor necesare de parcurs în vederea atingerii liniilor strategice asumate prin SNADR 2020 în domeniul comerțului electronic.

Consultarea publică s-a realizat prin intermediul următoarelor etape:

- **Etapa preparatorie. Planificarea.**

În această etapă s-a decis modalitatea de publicare a documentelor supuse consultării publice (Propunerea de politică publică în domeniul comerțului electronic și Planul de acțiune), astfel încât acestea să poată fi accesibile tuturor grupurilor țintă vizate (instituții publice, operatori economici, consumatori și societate civilă). Astfel, documentele au putut fi accesate pe pagina web a MCSI, în secțiunea "Transparență decizională", sub secțiunea "Consultare publică" (Anexa 2).

În acord cu Autoritatea Contractantă, echipa de consultanță a stabilit ca perioada dedicată consultării publice să fie 25 ianuarie - 15 februarie 2019.

Tot în această etapă, s-a stabilit că cel mai adecvat mod de colectare a recomandărilor grupurilor consultate este în scris. S-au organizat însă și două întâlniri la care au fost invitați operatorii economici din domeniul comerțului

electronic. Acestea s-au derulat la sediul prestatorului în data de 13 februarie 2015. Mai mult, au fost luate în considerare și opiniile exprimate de operatorii economici prin intermediul rețelelor sociale (pagina de Facebook - Învățăm Comerț Electronic, aprox. 16.000 de membri).

- **Consultarea publică propriu-zisă**

Așa cum s-a menționat și anterior, în vederea demarării procesului de consultare publică, a fost publicat un anunț public al temei supuse consultării publice (Planul de acțiune până în 2020 pentru domeniul comerțului electronic) prin intermediul mass media (de către Autoritatea Contractantă cu respectarea prevederilor legale privind achiziția de publicitate), pe site-ul MCSI și prin canalele stabilite în etapa preparatorie cu detalierea posibilităților de acces la informația necesară formulării recomandărilor și a tipului acesteia (verbală / în scris).

Data publicării planului de acțiune pe pagina de Internet a MCSI a fost considerată data începerii consultării. Mijloacele de consultare publică au fost următoarele:

1. *Postare pe pagina principală a stite-ului MCSI a unui banner;*
2. *Transmiterea de catre MCSI a unui comunicat de presă (Anexa 6);*
3. *Postarea în rețelele sociale de către MCSI (Linkedin, Facebook) a link-ului către documentele supuse consultării publice (Anexa 6);*
4. *Transmiterea de către echipa de consultanți a unor e-mailuri către alte entități (stakeholderi) ai politicii publice:*
5. *Postarea în rețelele sociale de către echipa de consultanți (Facebook) a link-ului către documentele supuse consultării publice*
 - a. *Grup Facebook- Învățăm Comert Electronic (16,199 membri) (Anexa 3)*
 - b. *Grup Facebook- Comert Electronic & Business (2,864 membri) (Anexa 3)*
6. *Prin email (Anexa 3) către o lista de:*
 - a. *6 reprezentanți ai societății civile*
 - b. *11 reprezentanți ai mediului academic*
 - c. *247 comercianți din mediul online*
 - d. *600 de consumatori de comerț online din rândul angajaților Prestatorului*

- **Primirea și înregistrarea contribuțiilor de la părțile interesate s-a realizat, în general, în scris, dar și în cadrul celor două întâlniri organizate la sediul prestatorului în data de 13 februarie 2019.**

Orice persoană interesată a putut depune observații și recomandări pe marginea proiectelor supuse consultării publice, în scris (poșta, fax, e-mail) sau la registratura MCSI.

Echipa de consultanță, în colaborare cu reprezentanții MCSI a ținut evidența tuturor observațiilor și recomandărilor primite în format scris.

Etapa post consultare publică

Echipa de consultanță a întocmit un raport al consultării publice. Acesta conține un capitol de concluzii și recomandări pentru forurile decidente.

Raportul consultării publice poate fi făcut disponibil de către MCSI ulterior predării sale și va fi postat pe site-ul ministerului, alături de propunerea de politică publică revizuită.

Raportul consultării publice recunoaște contribuția părților interesate în procesul de consultare publică și are rolul de a informa participanții la procesul de consultare publică cu privire la decizia finală și la modul în care recomandările făcute de acestea au fost valorificate pe parcursul procesului.

3. Plan de acțiuni până în 2020 realizat în domeniul comerțului electronic

3.1. Definirea problemei

Atât propunerea de Politică publică în domeniul comerțului electronic, cât și planul de acțiune aferent, au fost elaborate în scopul eliminării obstacolelor de natură legislativă, tehnologică, instituțională sau de capacitate umană și instituțională care stau în calea dezvoltării digitale a României, obstacole care au făcut România să se claseze, până acum, pe unul din ultimele locuri în Uniunea Europeană la aproape toate componentele care definesc indicele economiei și societății digitale (conform Raportului de țară pentru România privind Indicele economiei și societății digitale - DESI, pentru anul 2018¹).

Conform acestui raport, deși a rămas pe același loc ca în 2017, scorul total înregistrat de țara noastră a crescut, grație unei îmbunătățiri a performanțelor în patru dintre cele cinci dimensiuni DESI (conectivitate, capital uman, utilizarea internetului, servicii publice digitale). Totuși, în general, progresele înregistrate în ultimul an au fost lente iar România nu a reușit să recupereze decalajele.

3.2. Planul de măsuri . Corespondență Obiective - Măsuri - Acțiuni

Planul de acțiune cuprinde măsurile, submăsurile și acțiunile ce trebuie întreprinse pentru a atinge obiectivele specifice și operaționale ale Politicii de comerț electronic și care vor contribui la atingerea **obiectivului general** stabilit, respectiv „Dezvoltarea comerțului electronic în scopul creșterii și dezvoltării economice pe piața digitală unică europeană”. Contribuția la obiectivul general

¹ <https://ec.europa.eu/digital-single-market/scoreboard/romania>

enunțat se realizează prin atingerea unor **obiective specifice (OS)** și **obiective operaționale (Op)** din domeniul comerțului electronic.

Correspondența obiective - măsuri - acțiuni - rezultate - indicatori - responsabilități este inclusă în tabelul de mai jos, iar împreună cu **termenele de finalizare** a intervențiilor respective îl fac să fie un reper de bază pentru factorii de decizie în implementarea Politicii de comerț electronic.

Planul de acțiune este un instrument fundamental pentru monitorizarea implementării Politicii, însă factorii de decizie trebuie să-și păstreze libertatea și flexibilitatea de a face ajustările necesare pe parcursul implementării, în interiorul măsurilor stabilite, în funcție de schimbările contextuale sau de apariția anumitor factori care influențează derularea planului, tocmai în vederea atingerii obiectivelor propuse.

OS 1 - Cadru de reglementare stimulat și coerent pentru comerțul electronic

Op 1.1. - L365/2002 și reglementări modificate pentru soluționarea deficiențelor semnalate de factorii interesați

Măsuri, submăsuri, acțiuni	Termen de realizare
Măsura 1. Soluționarea deficiențelor de implementare și eliminarea supra-reglementărilor	
<i>Sub-măsura 1.1: Eliminarea supra-reglementărilor la nivelul legislației naționale în raport cu cea europeană</i>	<i>Permanent, pe măsură ce apar noi reglementări europene și naționale</i>
<p>Acțiunea 1.1.1 Eliminarea dispozițiilor restrictive privind comunicarea comercială</p> <p>Având în vedere dispozițiile Directivei nr. 31/2000 ce impun posibilitatea identificării clare a comunicării comerciale, aspect transpus prin prevederile art. 6 din Legea nr. 365/2002, apare ca un element de supra-reglementare faptul că Norma metodologică în cauză vine să limiteze, într-un mod rigid, modalitatea în care poate fi realizată identificarea comunicărilor comerciale.</p>	<p>MMACA MCSI</p>
<p>Sem. I 2020</p>	

Măsuri, submăsuri, acțiuni	Termen de realizare
În acest sens că se impune eliminarea dispozițiilor normei amintite.	
<p>Acțiunea 1.1.2. Eliminarea deficiențelor de implementare</p> <p>Reformularea a mai multe articole din Ordonanța nr. 85/2004 privind protecția consumatorilor la încheierea și executarea contractelor la distanță privind serviciile financiare transpune prevederile Directivei 2002/65/CE a Parlamentului European și a Consiliului privind comercializarea la distanță a serviciilor financiare de consum și de modificare a Directivei 90/619/CEE a Consiliului și a Directivelor 97/7/CE și 98/27/CE.</p>	<p>ANPC MCSI</p> <p>Sem. I 2020</p>
Sub-măsura 1.2: Corelarea actelor normative de diverse niveluri la nivel național	
<p>Acțiunea 1.2.1 Stabilirea momentului încheierii contractului între profesioniști</p> <p>În vederea unei predictibilități mai mari a dispoziției cuprinse în art. 9 alin. 1 din Legea nr. 365/2002, se impune precizarea în mod specific a momentului încheierii contractului între profesioniști, sens în care se propune preluarea prevederilor cuprinse la nivelul OUG nr. 34/2014 în cadrul actului normativ anterior enunțat.</p>	<p>MMACA MCSI</p> <p>Sem. I 2020</p>
<p>Acțiunea 1.2.2 Stabilirea momentului încheierii contractului între profesioniști și consumatori</p> <ul style="list-style-type: none"> • La nivel european nu este reglementat momentul încheierii contractului prin mijloace de comunicare la distanță sau momentul încheierii contractului prin mijloace electronic; 	<p>MMACA MCSI</p> <p>Sem. I 2020</p>

Măsuri, submăsuri, acțiuni	Termen de realizare
<ul style="list-style-type: none"> • La nivel național, prin intermediul Legii nr. 365/2002, momentul încheierii contractului prin mijloace electronice, dacă părțile nu au convenit altfel, este dat de momentul în care ofertantul a luat la cunoștință de acceptarea ofertei de a contracta; • La nivel național, prin OUG nr. 34/2014, momentul încheierii contractului prin mijloace de comunicare la distanță, cu excepția mijloacelor electronice, este dat de momentul confirmării, pe un suport durabil, de către profesionist a acceptării comenzii transmise de consumator, fără a mai exista posibilitatea de a deroga de la acest moment. • Prin Ordonanța de urgență nr. 111/2011 privind comunicațiile electronice, s-a prevăzut la nivelul art. 55 alin. 9, faptul că <i>„momentul încheierii contractului la distanță îl constituie momentul confirmării, pe un suport durabil, de către furnizor a acceptării comenzii transmise de utilizatorul final”</i>. Această metodă de reglementare are neajunsul de a îi permite furnizorului să stabilească, în mod exclusiv, după cum dorește, momentul încheierii contractului, rămânând la latitudinea sa momentul în care confirmă, pe un suport durabil, acceptarea comenzii transmise de utilizatorul final. <p>În vederea instituirii unui nivel crescut de predictibilitate a legii, este necesară o abordare unitară a momentului încheierii contractului, atât în cazul în care se utilizează mijloacele electronice, cât și în cazul în care se folosesc alte mijloace de comunicare la distanță.</p>	

Măsuri, submăsuri, acțiuni	Termen de realizare
<p>De asemenea, pentru o mai bună coerență legislativă și în vederea asigurării unui cadru legislativ mai predictibil, momentul încheierii contractului ar trebui să fie tratat unitar, atât în relația dintre profesioniști, cât și în relația dintre consumatori, sens în care se propune preluarea prevederilor cuprinse la nivelul OUG nr. 34/2014 în cadrul actelor normative anterior enunțate, respectiv Legea nr. 365/2002 și Ordonanța de urgență nr. 111/2011 privind comunicațiile electronice.</p>	
<p><i>Acțiunea 1.2.3 Stabilirea obligației generale în materie de supraveghere</i></p> <p>Posibilitatea lăsată de directiva europeană la latitudinea statelor, prevăzută la nivelul art. 15 alin. 2 din Directiva 31/2000, de a institui obligații în sarcina furnizorilor de servicii ai societății informaționale, de a informa prompt autoritățile publice competente despre presupuse activități ilicite pe care le-ar putea desfășura destinatarii serviciilor lor ori despre presupuse informații ilicite pe care aceștia le-ar putea furniza sau obligația de a comunica autorităților competente, la cererea acestora, informații care să permită identificarea destinatarilor serviciilor cu care au încheiat un acord de stocare - hosting, a fost implementată la nivelul Legii nr. 365/2002, prin art. 16 - <i>Obligațiile furnizorilor de servicii</i>.</p> <p>Această metodă de implementare a obligațiilor aflate în sarcina furnizorilor de servicii poate genera interpretări diferite.</p> <p>Pentru o mai înaltă previzibilitate a legii, prevederea cuprinsă în articolul 11 alin. 1 din Norma metodologică a Legii nr. 365/2002 trebuie să fie inclusă la nivelul Legii nr. 365/2002, eliminându-se astfel interpretarea</p>	<p>MMACA MCSI</p>
	<p>Sem. II 2020</p>

Măsuri, submăsuri, acțiuni		Termen de realizare
<p>greșită a art. 16 din lege, conform căreia ar exista o obligație generală, în sarcina furnizorilor, de supraveghere a informațiilor pe care le transmit sau le stochează atunci când furnizează serviciile prevăzute la articolele 12-14 din directivă, respectiv 12-15 din legea națională.</p>		
Măsura 2: Eliminarea suprapunerilor și sincopelor la nivelul legislației naționale		
<p>Acțiunea 2.1 Definierea scopului și domeniului de aplicare a Legii nr. 365/2002</p> <p>Scopul și domeniul de aplicare ale Legii nr. 365/2002 erau conforme, la data adoptării, cu reglementările conținute în restul actului normativ, însă odată cu intrarea în vigoare a Legii nr. 187/2012 pentru punerea în aplicare a Legii nr. 286/2009 privind Codul penal, prin art. 107, au fost abrogate articolele 24-29 din Legea nr. 365/2002.</p> <p>Astfel, la nivelul Legii nr. 365/2002 nu mai sunt prevăzute ca infracțiuni acele fapte săvârșite în legătură cu securitatea domeniilor utilizate în comerțul electronic, emiterea și utilizarea instrumentelor de plată electronică și cu utilizarea datelor de identificare în vederea efectuării de operațiuni financiare.</p> <p>Se impune redefinirea scopului și a domeniului de aplicare al Legii nr 365/2002, pentru a fi avute în vedere modificările suferite cu ocazia intrării în vigoare a Legii nr. 286/2009 privind Codul penal.</p>	<p>MCSI MMACA</p>	<p>Sem. II 2020</p>
<p>Acțiunea 2.2 Soluționarea alternativă a litigiilor dintre consumatori și comercianți</p> <p>În cadrul Ordonanței nr. 38/2015 privind soluționarea alternativă a litigiilor dintre consumatori și comercianți se prevede în</p>	<p>Ministerul Economiei MCSI</p>	<p>Sem. II 2020</p>

Măsuri, submăsuri, acțiuni	Termen de realizare
<p>cadrul art. 5 alin. 2 lit. f, faptul că „Entitățile SAL îndeplinesc următoarele cerințe: „se asigură că prelucrarea datelor cu caracter personal este în conformitate cu dispozițiile Legii nr. 677/2001 pentru protecția persoanelor cu privire la prelucrarea datelor cu caracter personal și libera circulație a acestor date, cu modificările și completările ulterioare, precum și cu Ordinul Avocatului Poporului nr. 75/2002 privind stabilirea unor măsuri și proceduri specifice care să asigure un nivel satisfăcător de protecție a drepturilor persoanelor ale căror date cu caracter personal fac obiectul prelucrărilor”.</p> <p>Ordinul Avocatului Poporului nr. 75/2002 privind stabilirea unor măsuri și proceduri specifice care să asigure un nivel satisfăcător de protecție a drepturilor persoanelor ale căror date cu caracter personal fac obiectul prelucrărilor, la care face referire norma mai sus citată a fost abrogat prin Decizia nr. 99/2018 privind încetarea aplicabilității unor acte normative cu caracter administrativ emise în aplicarea Legii nr. 677/2001 pentru protecția persoanelor cu privire la prelucrarea datelor cu caracter personal și libera circulație a acestor date.</p> <p>Se impune modificarea art. 5 alin. 2 lit. f din cadrul OG nr. 38/2015 în sensul eliminării referirii la ordinul în cauză.</p>	
Măsura 3: Soluționarea nevoilor de reglementare adițională	
<p>Acțiunea 3 Reglementarea prețului de referință</p> <p>Dispozițiile cuprinse la nivelul art. 33 din OG nr. 99/2000 apar ca fiind greu aplicabile comerțului electronic, generând interpretări</p>	<p>MMACA MCSI</p>
<p>Sem. I 2020</p>	

Măsuri, submăsuri, acțiuni	Termen de realizare
<p>diferite, atât din partea autorităților publice, cât și din partea mediului privat.</p> <p>În acest sens, sunt vizate dispozițiile actului normativ referitoare la prețul de referință cuprinse la nivelul art. 33, care trebuie avut în vedere când se realizează vânzările cu preț redus reglementate de OG nr. 99/2000 în art. 16.</p> <p>În vederea asigurării unei predictibilități mai mari a normei în cauză, se impune reglementarea expresă a faptului că aceste dispoziții sunt aplicabile și domeniului comerțului electronic, precum și a modalității de aplicare concretă ținând cont de particularitățile acestui domeniu.</p>	
Măsura 4: Soluționarea abuzurilor și litigiilor	
<p>Acțiunea 4 Digitalizarea platformei SAL și integrarea portalului SAL în platforma ANPC</p> <p>Conform analizei realizate în materia abuzurilor și litigiilor, au rezultat o serie de neclarități în cadrul legislativ incident domeniului comerț electronic, de natură a conduce potențial la generarea de abuzuri și litigii în materie, acestea referindu-se între altele la: procesul de retur, distincția între obligațiile legale și bunele practici din piață, incoerența între reglementările de la nivelul UE și cele de la nivel național (de ex. incompatibilitatea OG nr. 99/2000 cu Legea nr. 363/2007 și Directiva 2005/29/CE), condițiile de vânzare în mediul online a unor anumite categorii de produse (de ex. medicamente de tip OTC - produs medicamentos care se poate elibera fără prescripție medicală), interpretarea prevederilor cu privire la răspunderea platformelor de comerț electronic (art. 14 din Legea nr. 365/2002), modul de aplicare a</p>	<p>ANPC MMACA MCSI</p> <p>Sem. II 2020</p>

Măsuri, submăsuri, acțiuni	Termen de realizare
<p>prevederilor Ordonanței nr. 99/2000 privind comercializarea produselor și serviciilor de piață, condițiile în care consumatorii au dreptul de a refuza produsul livrat (refuz vs. retur).</p> <p>În ceea ce privește abuzurile și litigiile efectiv întâlnite în ultimii 3 ani din partea consumatorilor/celorlalți comercianți în cadrul activității desfășurate, volumul acestora a fost unul extrem de redus, situațiile de abuzuri și litigii fiind soluționate preponderent pe cale amiabilă ori pe calea unor reclamații/plângeri formulate către ANPC.</p> <p>Soluționarea mai facilă a abuzurilor și litigiilor se poate realiza prin digitalizarea platformei SAL și integrarea portalului SAL în platforma ANPC.</p>	

OS 2 - Furnizori și utilizatori de servicii online informați cu privire la comerțul electronic

Op 2.1 Campanie de informare a mediului de afaceri privind comerțul electronic

Măsuri, submăsuri, acțiuni	Termen de realizare
<p>Măsura 1. Implementarea campaniei de informare a mediului de afaceri</p> <p><i>Notă: această măsură se va realiza în limita existenței fondurilor din: surse bugetare (din alocările anuale), surse ale IFI (instituții financiare internaționale)</i></p>	
<p>Sub-măsura 1.1: Implementarea campaniei cu tematică generală, pentru toate sectoarele de activitate</p>	
<p>Acțiunea 1.1.1 Stabilirea tematicii generale, a participanților, a localizării sesiunilor de informare</p> <p>Printre temele generale se vor număra:</p> <ul style="list-style-type: none"> beneficiile utilizării formei electronice de comerț, 	<p>MCSI MMACA Ministerul Economiei</p> <p>Sem. II 2019</p>

Măsuri, submăsuri, acțiuni		Termen de realizare
<ul style="list-style-type: none"> • modalitatea de funcționare a comerțului electronic • modalitatea de înregistrare și de obținere a autorizațiilor necesare pentru comercializarea on-line • drepturile și obligațiile comerciantului • drepturile și obligațiile consumatorului • instituțiile publice, rolul și atribuțiile lor în comerțul electronic • modalitățile de soluționare a litigiilor, inclusiv prin intermediul platformelor SOL și SAL • cerințele de securitate aplicabile rețelelor și sistemelor informatice etc. <p>Temele, participanții (număr, entități, sector) și localizarea sesiunilor de informare vor fi agreate împreună cu factorii interesați, respectiv membrii grupurile țintă.</p>	ANPC MEN, AADR CERT.RO INS, ONRC ECC, ANPC MAI, cu PF și IGPR BNR, ANAF	
<p>Acțiunea 1.1.2 Lansarea licitației pentru realizarea campaniei de informare (concepere, organizare, desfășurare) și contractarea acesteia</p> <p>În vederea implementării campaniei de informare, MCSI va elabora termenii de referință, în consultare cu reprezentanții mediului de afaceri și va lansa licitația pentru organizarea și derularea acesteia.</p>	MCSI	Sem. I 2020
<p>Acțiunea 1.1.3 Participare la derularea campaniei de informare</p> <p>Pe parcursul derulării contractului de prestări servicii, reprezentanții MCSI și ai celorlalți factori interesați vor participa la stabilirea conținutului informațional al sesiunilor și al planului de desfășurare al acestora.</p>	MCSI	Pe perioada derulării contractului de prestări servicii
<i>Sub-măsura 1.2: Implementarea campaniei cu tematică specifică fiecărui sector de activitate</i>		
<p>Acțiunea 1.2.1 Stabilirea tematicii specifice, a participanților, a localizării sesiunilor de informare</p>	MCSI MMACA	Sem. II 2019

Măsuri, submăsuri, acțiuni		Termen de realizare
<p>Printre temele generale se vor număra:</p> <ul style="list-style-type: none"> • legislația aplicabilă • soluționarea abuzurilor și litigiilor specifice sectorului • respectarea drepturilor de autor, unde este cazul • comercializarea produselor și serviciilor specifice sectorului • drepturile și obligațiile comerciantului și consumatorului, specifice sectorului etc. <p>Temele, participanții (număr, entități, sector) și localizarea sesiunilor de informare vor fi agreate împreună cu factorii interesați, respectiv membrii grupurilor țintă.</p>	<p>MEN, AADR CERT.RO INS, ONRC MAI, cu PF și IGPR BNR, ANAF MS, MT</p>	
<p>Acțiunea 1.2.2 Lansarea licitației pentru realizarea campaniei de informare (concepere, organizare, desfășurare) și contractarea acesteia</p> <p>În vederea implementării campaniei de informare, MCSI va elabora termenii de referință, în consultare cu reprezentanții mediului de afaceri și va lansa licitația pentru organizarea și derularea acesteia.</p>	<p>MCSI</p>	<p>Sem. II 2020</p>
<p>Acțiunea 1.2.3 Participare la derularea campaniei de informare</p> <p>Pe parcursul derulării contractului de prestări servicii, reprezentanții MCSI și ai celorlalți factori interesați vor participa la stabilirea conținutului informațional al sesiunilor și al planului de desfășurare a acestora.</p>	<p>MCSI MEN</p>	<p>Pe perioada derulării contractului de prestări servicii</p>

Op 2.2 Campanie de informare și conștientizare a populației privind comerțul on-line și utilizarea mijloacelor de plată electronice

Măsuri, submăsuri, acțiuni	Termen de realizare
<p>Măsura 1. Implementarea campaniei de informare a populației</p>	

<i>Notă: această măsură se va realiza în limita existenței fondurilor din: surse bugetare (din alocările anuale), surse ale IFI (instituții financiare internaționale)</i>		
Sub-măsura 1.1: Implementarea campaniei de informare a populației		
<p>Acțiunea 1.1.1 Stabilirea tematicii generale, a participanților, a localizării sesiunilor de informare</p> <p>Printre temele abordate se vor număra:</p> <ul style="list-style-type: none"> • beneficiile oferite de comerțul on-line • măsurile de siguranță ce trebuie luate la efectuarea plăților on-line • drepturile și obligațiile consumatorului • drepturile și obligațiile comerciantului • modalitățile de soluționare a litigiilor. <p>Temele, participanții (număr, mediu de proveniență, caracteristici participanți) și localizarea sesiunilor de informare vor fi agreate împreună cu alți factorii interesați, inclusiv mediul de afaceri.</p>	<p>MCSI MMACA MEN AADR INS ECC, ANPC MAI, cu PF și IGPR MEN, ANAF BNR, MS, MT</p>	Sem. II 2019
<p>Acțiunea 1.1.2 Lansarea licitației pentru realizarea campaniei de informare (concepere, organizare, desfășurare) și contractarea acesteia</p> <p>În vederea implementării campaniei de informare, MCSI va elabora termenii de referință, în consultare cu factorii interesați și va lansa licitația pentru organizarea și derularea acesteia.</p>	MCSI	Sem. II 2020
<p>Acțiunea 1.1.3 Participare la derularea campaniei de informare</p> <p>Pe parcursul derulării contractului de prestări servicii, reprezentanții MCSI și ai celorlalți factori interesați vor participa la stabilirea conținutului informațional al sesiunilor și al planului de desfășurare al acestora.</p>	MCSI MEN	Pe perioada derulării contractului de prestări servicii
<p>Acțiunea 1.1.4. Implementarea unei campanii de digitalizare a potențialilor utilizatori</p> <p>Pentru viitorii utilizatori, înregistrați într-o formă de învățământ obligatoriu, se va face un transfer de</p>	MEN MCSI	2020

<p>cunoștințe și abilități digitale, ca bază de pornire în utilizarea calculatorului și a internetului pentru participarea la comerțul electronic și pentru efectuarea plăților în sistem on-line.</p> <p>În acest sens, MCSI împreună cu MEN vor stabili competențele digitale necesar a fi dobândite și mijloacele de transfer, precum și modificările curriculare necesar a fi efectuate.</p>		
--	--	--

OS 3 - Cadru instituțional întărit pe funcțiile aferente comerțului electronic

Op 3.1 Instituții cu capacitate administrativă crescută în domeniul comerțului electronic

Măsuri, submăsuri, acțiuni		Termen de realizare
Măsura 1. Cadru instituțional întărit pe funcția de control și monitorizare		
<i>Sub-măsura 1.1: Identificarea și luarea măsurilor sancționatorii legale împotriva companiilor care fac evaziune fiscală în domeniul comerțului electronic</i>		
Acțiunea 1.1.1 Întărirea dialogului între ANAF și furnizorii de servicii de comerț electronic , aceștia din urmă putând furniza informații relevante și valoroase privind metodele și practicile evazioniste ale competitorilor pe fiecare segment de piață de bunuri și servicii.	MCSI, ANAF - Direcția Generală a Vămilelor, ANAF - Direcția Generală Antifraudă Fiscală IGPR	Permanent, începând cu sem. I 2019
Acțiunea 1.1.2 Implementarea unor metode de Big Data care să reușească să deceleze tranzacții neobișnuite din punct de vedere al prețurilor, care să constituie indicații (avertizări) cu privire la posibile practici evazioniste.	MCSI, ANAF, IGPR ICI	2021
Acțiunea 1.1.3 Întărirea capacității deținătorilor de platforme electronice de conformare cu obligațiile ”know your client”	MCSI ICI	2021

Măsuri, submăsuri, acțiuni	Termen de realizare	
Sub-măsura 1.2: Identificarea și sancționarea persoanelor fizice care îndeplinesc acte de comerț fără se achita de obligațiile legale incidente comerțului electronic		
<p>Acțiunea 1.2.1 Înființarea unui mecanism de consultare cu furnizorii de servicii de comerț electronic pentru identificarea persoanelor fizice care îndeplinesc acte de comerț neautorizate</p> <p>În acest sens, apreciem ca incidente prevederile art. 3 (1) lit. w) din cuprinsul HG 700/2012 privind organizarea și funcționarea ANPC, conform cărora autoritatea în cauză acordă consultanța de specialitate în domeniul protecției consumatorilor pentru operatorii economici.</p>	MCSI, ANAF, ANAF - Direcția Generală a Vămirilor, IGPR	Sem. I 2020
<p>Acțiunea 1.2.2 Stabilirea unui volum/număr de tranzacții pentru care persoanele fizice să trebuiască să plătească taxele de punere în piață la fel ca și persoanele juridice (comercianți în sistemul de comerț electronic), pentru categoriile de bunuri și servicii tranzacționate în mediul virtual de către persoanele fizice.</p>	MCSI, ANAF	Sem. II 2020
<p>Acțiunea 1.2.3 Elaborarea/revizuirea procedurilor de identificare a persoanelor fizice care execută acte de comerț electronic fără autorizare.</p> <p>În acest sens, apare ca relevantă intensificarea măsurilor implementate în contextul cadrului instituțional de cooperare existent între ICI și ANAF. Din perspectiva prevederilor legale incidente, o relevantă deosebită o reprezintă art. 6 Funcții ANAF - lit. g) din cuprinsul HG 520/2013 privind organizarea și funcționarea Agenției Naționale de Administrare Fiscală, prevederile legale indicate vizând funcția de prevenire și combatere a evaziunii fiscale și a fraudei fiscale și vamale. De asemenea, apar ca incidente și dispozițiile legale din cuprinsul HG 36/2017 privind organizarea și funcționarea Ministerului Comunicațiilor și Societății Informaționale, referitoare la supravegherea și controlul respectării</p>	MCSI, ANAF, ICI	Sem. II 2020

Măsuri, submăsuri, acțiuni		Termen de realizare
prevederilor legale referitoare la înregistrarea operațiunilor comerciale prin mijloace electronice.		
<i>Sub-măsura 1.3: Rezolvarea problemelor ridicate de clauzele abuzive și neconformități în livrarea produselor în cadrul comerțului electronic</i>		
Acțiunea 1.3.1 Întărirea capacității administrative interne a ANPC de a face față provocărilor ridicate de creșterea comerțului electronic.	MCSI, ANPC	Permanent, începând cu Sem. I 2019
Acțiunea 1.3.2 Armonizarea soluțiilor aplicate de către agențiile de protecție a consumatorilor în diverse regiuni în cazurile de încălcare a drepturilor beneficiarilor de servicii de comerț electronic	MCSI, ANPC	Sem. II 2019 și apoi permanent
<i>Sub-măsura 1.4: Diminuarea/eliminarea practicilor de returnări abuzive din partea consumatorilor</i>		
Acțiunea 1.4.1 Realizarea de analize de natură legislativă/administrativă sau instituțională Asociațiile de afaceri ar trebui să contrapună analize și propuneri de natură legislativă/administrativă sau chiar instituțională care să reechilibreze raporturile comerciale în cazul returnurilor	MCSI, ANPC, Asociațiile de furnizori de servicii de comerț electronic	Sem. II 2019
<i>Sub-măsura 1.5: Prevenirea abaterilor de la prevederile legale privind protecția persoanelor fizice în ceea ce privește prelucrarea datelor cu caracter personal</i>		
Acțiunea 1.5.1 Elaborarea unor ghiduri de bună practică și diseminarea informațiilor	MCSI (coord.), ANSPDCP, Asociațiile de furnizori de servicii de e-comerț	Sem. II 2019

Măsuri, submăsuri, acțiuni		Termen de realizare
Acțiunea 1.5.2 Înființarea de help-desk pentru consiliere	ANSPDCP, MCSI, Asociațiile de furnizori de servicii de e-comerț	Sem. II 2019
Măsura 2. Creșterea competențelor resursei umane		
Sub-măsura 2.1: Implementarea unui proiect de instruire și de informare a personalului instituțiilor cu atribuții în comerțul electronic <i>Notă: această sub-măsură se va realiza în limita existenței fondurilor din: surse bugetare (din alocările anuale), surse ale IFI (instituții financiare internaționale)</i>		
Acțiunea 2.1.1 Lansarea licitației pentru implementarea programului de instruire (concepere, organizare, desfășurare) și contractarea acesteia Programul de instruire se va detalia în urma analizei nevoilor de instruire ale personalului din instituțiile cu rol în comerțul electronic, pentru a afla atât necesitatea de cunoștințe pentru desfășurarea activităților curente ale personalului, aferente postului ocupat și nivelul de detaliere a acestora.	MCSI, MMACA ANAF, ANPC, IGPR, ANAF - Direcția Generală a Vămilelor, Poliția Locală, CC, ORDA etc.	Sem. II 2020
Acțiunea 2.1.2 Participare la implementarea programului de instruire pentru personalul instituțiilor cu atribuții în comerțul electronic Pe baza nevoilor identificate se va stabili conținutul sesiunilor de instruire. Tematicile de instruire vor cuprinde cel puțin următoarele: <ul style="list-style-type: none"> • specificul activității de comerț electronic - diferențiat pentru bunuri și servicii • utilizarea tehnologiei existente pentru activitatea de monitorizare și supraveghere a activității de comerț electronic 	MCSI, MMACA ANAF, ANPC, IGPR, ANAF - Direcția Generală a Vămilelor, Poliția Locală, CC, ORDA etc.	Pe perioada derulării contractului de prestări servicii

Măsuri, submăsuri, acțiuni		Termen de realizare
<ul style="list-style-type: none"> • drepturile și obligațiile participanților la activitatea de comerț electronic: furnizori, consumatori, comercianți, transportatori etc. • specificul activității de control a părților implicate în activitatea de comerț electronic • prevenirea cazurilor de încălcare a legii • identificarea cazurilor de încălcare a legii și soluționarea acestora • soluționarea abuzurilor și litigiilor • specificul protecției datelor cu caracter personal, pentru ca sancțiunile legate de acest subiect să fie date în cunoștință de cauză • specificul protecției drepturilor de autor • comunicarea cu părțile implicate în activitatea de comerț electronic • alte aspecte relevante pentru desfășurarea echitabilă și licită a comerțului electronic. <p>Numărul participanților din fiecare instituție și caracteristicile participanților pe tematici va fi stabilit împreună cu factorii de decizie din instituțiile care intră în program.</p>		
<p>Acțiunea 2.1.3 Organizarea unor serii de informare a personalului instituțiilor cu atribuții în comerțul electronic</p> <p>Seriile de informare vor fi organizate fie pe cale orală, fie prin distribuirea unor materiale informative, inclusiv prin mijloace electronice, astfel încât, în cazurile în care diferitele aspecte pot avea interpretări diferite, să se asigure o interpretare și o practică unitară la toate nivelurile și pe întreg teritoriul.</p>	MCSI, IGPR, Poliția Locală, ANAF, ANPC etc.	Permanent, începând din sem. II 2019
<p>Măsura 3. Creșterea capacității tehnice și financiare a diferiților actori</p>		

Măsuri, submăsuri, acțiuni	Termen de realizare	
<p>Sub-măsura 3.1: Implementarea unui proiect de întărire a capacității tehnice și financiare a instituțiilor cu atribuții în comerțul electronic</p> <p><i>Notă: această sub-măsură se va realiza în limita existenței fondurilor din: surse bugetare (din alocările anuale), surse ale IFI (instituții financiare internaționale)</i></p>		
<p>Acțiunea 3.1.1 Corelarea resurselor tehnice și financiare ale instituțiilor publice cu atribuții în comerțul electronic cu necesarul și specificul implementării funcției de monitorizare și control a participanților la activitatea de comerț electronic</p> <p>În colaborare cu ICI și AADR, MCSI va trebui să determine necesarul de resurse tehnice (hard și soft) pentru ca, pe baza acestora, să poată determina sumele necesare achiziționării și instalării acesteia, precum și pentru instruirea resursei umane.</p>	<p>MCSI, MMACA, ORDA, ANAF, ANPC, IGPR, Poliția Locală, ANAF - Direcția Generală a Vămilelor, ICI, INS, CC</p>	<p>Sem. I 2020</p>
<p>Acțiunea 3.1.2. Formarea personalului în utilizarea resurselor tehnice achiziționate în cadrul acțiunii 3.1.1</p>	<p>MCSI, MMACA, ORDA, ANAF, ANPC, IGPR, Poliția Locală, ANAF - Direcția Generală a Vămilelor, ICI, INS, CC</p>	<p>Sem. II 2020</p>
<p>Sub-măsura 3.2: Modernizarea infrastructurii de distribuție</p>		
<p>Acțiunea 3.2.1 Implementare a unui proiect de dezvoltare a capacității organizaționale a Poștei Române</p> <p>Este necesară asigurarea continuității furnizării acestui serviciu cu o largă distribuție teritorială, către cetățenii beneficiari, la parametri calitativi superiori.</p>	<p>Poșta Română MCSI</p>	<p>Sem. II 2020</p>

Măsuri, submăsuri, acțiuni	Termen de realizare
Măsura 4. Întărirea coordonării, comunicării și cooperării interinstituționale	
<p>Acțiunea 4 Corelarea atribuțiilor autorităților centrale și locale care acționează în domeniul comerțului electronic - Instituirea unui mecanism de cooperare, colaborare și comunicare interinstituțională</p> <p>MCSI va avea un rol central în asigurarea coordonării, cooperării și comunicării interinstituționale și va institui, împreună cu factorii interesați, un mecanism în acest sens. MCSI va avea rolul de a menține funcționalitatea acestui mecanism, prin transmiterea de informații de interes și lansarea de consultări.</p>	<p>MCSI, ANAF, IGPR, ASF, ICI, ANAF - ANAF - Direcția Generală a Vănilor, Ministerul Sănătății etc.</p> <p>Sem. I 2019</p>
Măsura 5. Dezvoltarea comunicării instituțiilor publice cu părțile participante la comerțul electronic: furnizori, consumatori, distribuitori	
<p>Acțiunea 5 Crearea unui mecanism de comunicare a instituțiilor publice cu părțile participante la comerțul electronic - Coordonarea comunicării cu părțile participante la comerțul electronic</p> <p>MCSI va trebui să coordoneze comunicarea între diferitele instituții, ca de exemplu Direcția Generală a Vănilor, Consiliul Concurenței, Institutul național de Statistică sau Agenția pentru Agenda Digitală a României, cu reprezentanții mediului de afaceri, pentru a se realiza schimbul de informații necesar părților, pentru realizarea de studii și analize, pentru elaborarea de propuneri de natură legislativă/administrativă.</p>	<p>MCSI, ANAF - Direcția Generală a Vănilor, ANAF - Direcția Generală Antifraudă Fiscală), ANPC, IGPR, ANAF - Direcția Generală a Vănilor, ICI, AADR, CC, INS, CNA, MSP, BNR, ANT, ANSPDCP, ANCOM, MT, MMACA</p> <p>Permanent, începând din sem. I 2019</p>

Notă: De regulă, dacă nu este prevăzut altfel, Prima instituție înscrisă în fiecare coloană este coordonatoare pentru activitatea respectivă

4. Mecanismul de actualizare a planului de acțiuni în funcție de situația concretă de piața comerțului electronic și a progresului înregistrat în implementarea politicii publice în domeniul comerțului electronic

Având în vedere că planul de acțiuni este parte integrantă din Propunerea de Politică Publică (Secțiunea a 5-a), mecanismul de actualizare a planului de acțiuni în funcție de situația concretă de piața comerțului electronic și a progresului înregistrat în implementarea politicii publice în domeniul comerțului electronic va fi același ca și pentru Propunerea de Politică Publică.

Așadar, mecanismul de actualizare va consta în activitățile de monitorizare și evaluare ce trebuie să se realizeze în conformitate cu cerințele HG nr.775/2005 pentru aprobarea Regulamentului privind procedurile de elaborare, monitorizare și evaluare a politicilor publice la nivel central, cu modificările și completările ulterioare.

Având în vedere numărul mare de instituții implicate în implementarea planului de acțiune, este necesară stabilirea unui **mecanism de colaborare inter-instituțională**, sub coordonarea MCSI, prin care să se realizeze atât implementarea planului de acțiune aferent obiectivelor propunerii de Politică publică, cât și monitorizare acestuia. Mecanismul va fi realizat în următorii pași:

1. Stabilirea unor Grupuri și Subgrupuri de lucru tematice, ca de exemplu:

Grupuri și subgrupuri de lucru	Obiective și măsuri acoperite
Grupul de lucru legislativ (GL)	OS 1
- Subgrupuri de lucru legislative (SGL)	
SGL 1 - Eliminarea supra-reglementărilor și rezolvarea deficiențelor de implementare	M1
SGL 2 - Eliminarea suprapunerilor și sincopelor legislative	M2
SGL 3 - Reglementare adițională	M3

SGL 4 - Abuzuri și litigii	M4
Grupul de lucru pentru informare (GI)	OS 2
- Subgrupuri de lucru pentru informare (SGI)	
SGI 1 - Campania de informare a mediului de afaceri	M1
SGI 2 - Campania de informare a populației	M2
Grupul de lucru pentru îmbunătățirea cadrului instituțional	OS 3
- Subgrupuri de lucru cadru instituțional (SGCI)	
SGCI 1 - Control și monitorizare	M1
SGCI 2 - Resurse umane	M2
SGCI 3 - Capacitate tehnică și financiară	M3
SGCI 4 - Comunicare și cooperare inter-instituțională	M4
SGCI 5 - Comunicare cu participanții la activitatea de e-comerț	M5

Pentru fiecare subgrup de lucru se va stabili un număr de minim 3 persoane, care să reprezinte instituțiile responsabile cu implementarea măsurii alocate și care să lucreze efectiv la implementarea acesteia.

Grupurile de lucru vor fi formate din câte un membru al fiecărui subgrup, desemnat de subgrupul respectiv.

2. Stabilirea Comitetului de Monitorizare a Implementării Politicii de Comerț Electronic

Acesta va fi format din factori de decizie ai instituțiilor responsabile de implementare, precum și din membri desemnați ai grupurilor de lucru.

3. Stabilirea procedurii de lucru pentru implementarea planului de acțiune. Aceasta va trebui să includă cel puțin următoarele elemente:

- 3.1 instituțiile responsabile;
- 3.2 reprezentanții instituțiilor responsabile în subgrupurile de lucru;
- 3.3 reprezentanții grupurilor responsabile în grupurile de lucru, în urma desemnării acestora de către membrii fiecărui subgrup;
- 3.4 frecvența întâlnirilor în cadrul subgrupurilor și al grupurilor de lucru;
- 3.5 modalitatea de comunicare în cadrul grupurilor și al subgrupurilor;
- 3.6 modalitatea de comunicare între subgrupurile și grupurile de lucru;
- 3.7 luarea deciziilor în cadrul Comitetului de Monitorizare, al grupurilor și al subgrupurilor de lucru;

4. Stabilirea procedurii de lucru în cadrul subgrupurilor și grupurilor de lucru. Ele trebuie să fie unitare pentru toate și nu să difere de la un grup/subgrup la altul.

Demararea instituirii acestui mecanism se va realiza la inițiativa MCSI, în primul semestru al anului 2019. Această instituție le va solicita celorlalte instituții implicate desemnarea reprezentanților în subgrupurile de lucru tematice, care stau la baza arhitecturii de colaborare interinstituțională.

Evaluarea implementării planului de acțiune se va face cu ajutorul unor evaluatori independenți de factorii implicați în implementare/monitorizare / evaluare, conform mecanismului specificat în propunerea de politică publică.

Monitorizarea

Conform HG nr.775/2005 pentru aprobarea Regulamentului privind procedurile de elaborare, monitorizare și evaluare a politicilor publice la nivel central, cu modificările și completările ulterioare, monitorizarea trebuie să evidențieze următoarele aspecte:

Modificările la nivel instituțional care au survenit în urma implementării politicii publice

- Modificarea atribuțiilor instituțiilor cu rol în activitatea de comerț electronic,
- Modificări ale organigramelor, ale regulamentelor de organizare și funcționare și ale fișelor de post, ca urmare a întăririi capacităților instituționale, în special în ceea ce privește funcția de coordonare, pentru MCSI, funcția de monitorizare și control pentru ANPC, MAI - Poliția de frontieră, IGPR, ANAF - Direcția Generală a Vămirilor, ANAF, ASF, Ministerul Sănătății etc.

Modificările asupra situației grupurilor-țintă vizate, atât pe parcursul implementării, cât și la finalizarea acesteia, respectiv:

- Evoluția numărului firmelor din domeniul comerțului electronic;
- Evoluția cifrei de afaceri din activitatea de comerț electronic;
- Evoluția numărului de cumpărători online;
- Evoluția plăților prin mijloace electronice

Costurile implementării

- Costurile aferente modificărilor structurale ale instituțiilor, inclusiv cele legate de modificări de personal, dotări legate de modificările structurale, unde este cazul;
 - Costurile achiziționării de noi tehnologii;
 - Costurile de creștere a capacității resursei umane (instruire, informare);
-

-
- Costurile de informare și promovare a activității de comerț electronic;
-

Respectarea termenelor și a conținutului activităților din cadrul planului de acțiune

- Stadiul de desfășurare a activității față de termenul de realizare;
 - Rezultatele realizată față de cele estimate;
 - Resursele consumate pentru realizarea activităților, față de cele estimate;
-

Monitorizarea se va face periodic, recomandabil anual, iar fiecare misiune de monitorizare se va finaliza cu completarea unui Raport periodic de monitorizare, care va cuprinde toate elementele enumerate mai sus. Se vor evidenția în acest raport întârzierile în realizarea activităților și motivul producerii lor, devieri de la planificare, sub toate aspectele, cauzele de producere a acestora și soluțiile propuse pentru remedierea situației.

Evaluarea

Evaluarea politicii publice se va realiza pe următoarele criterii:

A. Eficiență - rezultate obținute raportate la costurile aferente obținerii lor (costuri unitare, acolo unde este cazul). Se va răspunde cel puțin la următoarele întrebări de evaluare:

- Care este eficiența rezultatelor obținute comparativ cu cheltuielile efectuate pe fiecare acțiune în parte?
- Sistemul de management al implementării politicii de e-comerț funcționează eficient?
- Mecanismul de coordonare, colaborare și comunicare interinstituțională funcționează eficient (organizare conform planificării, răspuns la solicitări, participare la activități comune etc.)?
- Comunicarea instituțiilor cu mediul de afaceri și consumatorii funcționează eficient (informări, nr. de participanți sau persoane informate)?

Metodele care se pot utiliza în evaluarea eficienței implementării Politicii publice în domeniul e-comerț vor fi:

Analiza cantitativă:

- analiza datelor administrative: rapoarte de monitorizare, rapoarte ale activității altor instituții cu rol în activitatea de comerț electronic, minute ale întâlnirilor interinstituționale;

- sondaj de opinie pentru reprezentanții mediului de afaceri și consumatori, pentru a aprecia eficiența mecanismelor de colaborare și a campaniilor de informare/promovare.

Analiza calitativă:

- interviuri cu reprezentanți ai instituțiilor cu rol în activitatea de comerț electronic;

B. Eficacitate - măsura în care au fost obținute rezultatele estimate și au fost atinse obiectivele stabilite; se va răspunde cel puțin la următoarele întrebări de evaluare:

- Care este progresul în implementarea acțiunilor (activități și rezultate obținute) până la data evaluării?
- Nivelul actual al indicatorilor politicii și perspectivele de realizare a acestora pot duce la atingerea obiectivelor specifice și ale celor operaționale?
- Care au fost factorii cauzali instituționali (interni) și externi care au afectat derularea activităților și obținerea rezultatelor? Care au fost soluțiile de remediere luate sau care sunt acțiunile de remediere ce trebuie luate?
- Care sunt lecțiile de viitor ce trebuie învățate pentru ca măsurile să fie implementate fără probleme, iar obiectivele să fie atinse?

Metodele care se pot utiliza în evaluarea eficacității implementării Politicii publice în domeniul e-comerț vor fi:

Analiza cantitativă:

- analiza datelor administrative: rapoarte de monitorizare, rapoarte ale activității altor instituții cu rol în activitatea de comerț electronic, minute ale întâlnirilor interinstituționale;
- sondaje de opinie pentru măsurarea rezultatelor implementării măsurilor de sprijinire a comerțului electronic.

Analiza calitativă:

- analiza cadrului legislativ care a suferit modificări;
- interviuri cu reprezentanți ai instituțiilor cu rol
- focus grupuri cu reprezentanți ai mediului de afaceri și ai consumatorilor

Pe lângă analiza datelor primare, culese pe parcursul evaluării, se poate realiza analiza datelor secundare, ca de exemplu: rapoarte din domeniile acoperite, studii/analize relevante realizate de alte entități (ONG-uri, alte

instituții cu atribuții în activitatea de comerț electronic) și care poate conține atât informații cantitative, cât și calitative.

Măsurarea impactului

Impact - efectele pe termen lung ale implementării politicii.

Analiza cantitativă:

- analiza datelor administrative: rapoarte de monitorizare, rapoarte ale activității altor instituții cu rol în activitatea de comerț electronic, minute ale întâlnirilor interinstituționale;
- sondaj de opinie, pentru a evidenția rezultatele obținute și problemele care persistă în rândul mediului de afaceri și al consumatorilor

Analiza calitativă:

- focus grupuri cu reprezentanții mediului de afaceri și ai consumatorilor
- studii de caz, pentru a evidenția evoluția activității de comerț electronic în rândul firmelor
- analiza contrafactuală bazată pe teorie pentru evaluarea comparativă a impactului în cazul în care nu s-ar fi implementat politica de stimulare a comerțului electronic cu situația rezultată în urma implementării. Această analiză se poate realiza mai ales în rândul mediului de afaceri.

Evaluarea va include o analiză din perspectiva realizărilor față de planificare, dar și față de situația existentă înaintea implementării politicii de stimulare a comerțului electronic. În acest mod se vor detecta atât potențialele probleme de planificare, de implementare, precum și progresul înregistrat în domeniu.

Evaluarea va scoate în evidență factorii care au contribuit la obținerea unor rezultate pozitive, dar și pe cei care au împiedicat atingerea indicatorilor planificați (acolo unde sunt stabilite ținte) și va face recomandări pentru soluționarea problemelor ivite pe parcursul implementării. Acolo unde indicatorii nu au alocate ținte, aceștia vor fi măsurați în evoluție, făcându-se o comparație cu situația dinaintea implementării, pe baza informațiilor furnizate de către INS sau de alte instituții, după cum este cazul.

Aceleași metode de evaluare pot fi utilizate pentru toate cele trei criterii: eficiență, eficacitate, impact. De exemplu, sondajul de opinie poate conține trei capitole, câte unul pentru fiecare criteriu de evaluare, care va conține întrebările aferente fiecărui criteriu, atât cantitative, care vor prezenta situația realizărilor la zi și în evoluție, cât și calitative, care vor genera aprecieri de tip cauză - efect.

Impactul implementării politicii în domeniul comerțului electronic va fi efectuat anual, începând la doi ani după aprobarea acesteia.

La finalul evaluării se va realiza un raport, care va include constatările (situația la zi) și concluziile (analiza progresului) rezultate în urma evaluării și va formula recomandări pentru soluționarea problemelor identificate, în vederea atingerii obiectivelor planificate sau pentru efectuarea de modificări, atunci când se constată erori de planificare sau schimbări de context care duc la măsuri nerelevante. În același timp se vor desprinde lecții învățate, care vor fi integrate în actualizarea politicii de stimulare a comerțului electronic după încheierea perioadei acoperite de prezenta politică.

Evaluarea este un proces participativ și se va realiza cu implicarea factorilor interesați - instituții, mediu de afaceri, populație. Constatările, concluziile și recomandările raportului de evaluare vor fi validate împreună cu aceștia.

Activitățile de monitorizare și evaluare pot fi subcontractate și altor organizații din mediul privat, neguvernamental, din mediul academic și de învățământ superior.

În evaluare se va avea în vedere măsurarea cel puțin a următorilor indicatori:

Obiective	Indicatori de rezultat	Indicatori de impact
<p>OS1. Cadru de reglementare stimulativ și coerent pentru comerțul electronic la nivel național și transfrontalier</p> <p>Op 1.1. L365/2002 și reglementări modificate pentru soluționarea deficiențelor semnalate de factorii interesați</p>	<p>L.nr.365/2002 conține toate completările și modificările recomandate</p> <p>Toate reglementările relevante conțin toate completările și modificările recomandate</p>	<p>Volumul tranzacțiilor on-line (număr, valoare tranzacții)</p> <p>Productivitatea muncii în comerț</p> <p>Contribuția comerțului electronic în total PIB</p> <p>Număr de litigii soluționate prin platformele SOL/SAL</p>
<p>OS2. Furnizori și utilizatori de servicii online informați cu privire la comerțul electronic</p> <p>Op 2.1 Campanie de informare a mediului de afaceri privind comerțul electronic</p> <p>Op 2.2 Campanie de informare și conștientizare</p>	<p>Nr. de companii informate</p> <p>Număr de cetățeni informați</p>	<p>Număr de companii care vând on-line, din care IMM</p> <p>Populația care cumpără on-line</p> <p>Populația care cumpără on-line transfrontalier</p> <p>Număr tranzacții plătite on-line din totalul tranzacțiilor electronice</p>

Obiective	Indicatori de rezultat	Indicatori de impact
a populației privind comerțul on-line și utilizarea mijloacelor de plată electronice		
OS3 - Cadru instituțional întărit pe funcțiile aferente comerțului electronic	Număr de instituții cuprinse în programele de întărire a capacității, pe tipuri de acțiuni	
Op 3.1 Instituții cu capacitate administrativă crescută în domeniul comerțului electronic	Număr de angajați ai instituțiilor vizate participanți la programele de instruire, - din care femei/bărbați	
	Număr de instituții participante la reuniunile interinstituționale	
	Număr de instituții participante la întâlnirile cu mediul de afaceri și consumatorii	

Pe lângă indicatorii de mai sus, vor putea fi măsurați indicatorii realizărilor imediate, rezultați în urma acțiunilor desfășurate, ca de exemplu:

- numărul sesiunilor de instruire
- numărul sesiunilor de informare
- numărul materialelor informative distribuite
- numărul și tipul echipamentelor achiziționate pentru dotarea diferitelor instituții
- numărul întâlnirilor interinstituționale
- numărul întâlnirilor cu factorii interesați
- numărul reglementărilor modificate

5. Anexe

1. Anexa 1.1. - Fișe de proiect pentru fiecare acțiune care detaliază atât categoriile de resurse necesare cât și natura rezultatelor și a impactului așteptat

”Îmbunătățirea normelor, procedurilor și mecanismelor necesare MCSI în vederea continuării dezvoltării sectorului de comerț electronic” (ECOM) Cod MySMIS 119195, SIPOCA 18

Ministerul Comunicațiilor și Societății Informaționale

Ianuarie 2019

„Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020”

„Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României”