

PARLAMENTUL ROMÂNIEI

CAMERA DEPUTAȚILOR

SENATUL

LEGE

privind publicitatea înșelătoare și publicitatea comparativă

PARLAMENTUL ROMÂNIEI adoptă prezenta lege:

CAPITOLUL I

Dispoziții generale

Art. 1. – Prezenta lege are drept scop protecția comercianților împotriva publicității înșelătoare și a consecințelor defavorabile ale acesteia, precum și stabilirea condițiilor în care publicitatea comparativă este permisă.

Art. 2 – (1) Dispozițiile prezentei legi se aplică conținutului materialelor publicitare și mesajelor publicitare, oricare ar fi mijlocul de comunicare ce face posibil transferul informației.

(2) Comunicațiilor audiovizuale comerciale difuzate în cadrul serviciilor de programe audiovizuale le sunt aplicabile prevederile prezentei legi, ale Legii audiovizualului nr. 504/2002, cu modificările și completările ulterioare, precum și normele de reglementare emise în aplicarea acesteia.

Art. 3. – În sensul prezentei legi, termenii și expresiile de mai jos au următoarea semnificație:

- a) publicitate – orice formă de prezentare a unei activități comerciale, industriale, artizanale sau liberale în scopul promovării vânzării de bunuri sau servicii, inclusiv bunuri imobile, drepturi și obligații;
- b) publicitate înșelătoare – orice publicitate care, în orice mod, inclusiv prin modul de prezentare, induce sau poate induce în eroare persoanele cărora li se adresează sau care iau contact cu aceasta și care, din cauza caracterului înșelător, poate afecta comportamentul economic al acestora sau care, din acest motiv, prejudiciază sau poate prejudicia un concurent;
- c) publicitate comparativă – orice publicitate care identifică în mod explicit sau implicit un concurent sau bunuri ori servicii oferite de acesta;
- d) comerciant – orice persoană fizică sau juridică care acționează în scopuri care se încadrează în activitatea sa comercială, industrială, artizanală sau liberală și orice persoană care acționează în numele și pe seama comerciantului;
- e) responsabil de cod - orice entitate, inclusiv un comerciant sau un grup de comercianți, responsabilă cu formularea și revizuirea unui cod de conduită și/sau cu monitorizarea conformității cu codul de către cei care și-au luat angajamentul de a-l respecta;
- f) cod de conduită – acordul sau ansamblul de reguli care nu este impus prin legislație sau dispoziții administrative și care definește comportamentul comercianților care se angajează să îl respecte cu privire la una sau mai multe practici comerciale sau unul ori mai multe sectoare de activitate;
- g) comunicație comercială audiovizuală – imaginea, cu sau fără sunet, care este destinată să promoveze, direct sau indirect, bunurile, serviciile sau imaginile unei persoane fizice sau juridice care desfășoară o activitate economică. Imaginile respective însoțesc sau sunt incluse într-un program în schimbul unei plăți sau retribuții similare sau în scopul autopromovării. Formele de comunicații comerciale audiovizuale includ, printre altele, publicitatea

televizată, sponsorizarea, teleshopping-ul și poziționarea de produse prin servicii de programe audiovizuale.

CAPITOLUL II

Publicitatea înșelătoare și publicitatea comparativă

Art. 4. – Publicitatea înșelătoare este interzisă.

Art. 5. – Pentru a determina dacă publicitatea este înșelătoare trebuie să se ia în considerare toate aspectele acesteia, în special orice informație conținută de aceasta cu privire la:

- a) caracteristicile bunurilor sau serviciilor, cum sunt disponibilitatea, natura, modul de execuție, compoziția, metoda și data fabricației bunurilor sau prestării serviciilor, dacă acestea corespund scopului lor, destinația, cantitatea, parametrii tehnico-funcționali, originea geografică sau comercială, rezultatele așteptate ca urmare a utilizării lor ori rezultatele și caracteristicile esențiale ale testelor sau controalelor efectuate asupra bunurilor ori serviciilor;
- b) prețul sau modul de calcul al prețului și condițiile în care se distribuie bunurile sau se prestează serviciile;
- c) natura, atribuțiile și drepturile comerciantului care își face publicitate, cum ar fi identitatea și bunurile sale, calificările și deținerea drepturilor de proprietate industrială, comercială sau intelectuală ori premiile și distincțiile sale.

Art. 6. – Publicitatea comparativă este considerată legală dacă îndeplinește, în mod cumulativ, următoarele condiții:

- a) nu este înșelătoare, potrivit dispozițiilor art. 3, lit. b) și ale art. 5;
- b) compară bunuri sau servicii care răspund aceluiași nevoi sau sunt destinate aceluiași scopuri;
- c) compară, în mod obiectiv, una sau mai multe caracteristici esențiale, relevante, verificabile și reprezentative ale respectivelor bunuri sau servicii, care pot include și prețul;
- d) nu discreditează sau denigrează mărcile, denumirile comerciale, alte semne distinctive, bunuri, servicii, activități sau situația unui concurent;
- e) în cazul produselor cu denumire de origine, se referă, în fiecare caz, la produse cu aceeași denumire;
- f) nu profită în mod neloial de renumirea unei mărci, a unei denumiri comerciale sau a altor semne distinctive ale unui concurent, ori a denumirii de origine a produselor concurente;
- g) nu prezintă bunuri sau servicii ca imitații sau reproduceri ale bunurilor sau serviciilor purtând o marcă sau o denumire comercială protejată;
- h) nu creează confuzie între comercianți, între cel care își face publicitate și un concurent, sau între mărci, denumiri comerciale, alte semne distinctive, bunuri sau servicii ale celui care își face publicitate și cele ale unui concurent.

CAPITOLUL III

Sesizare, competență, sancțiuni

Art. 7. – (1) În vederea combaterii și stopării publicității înșelătoare și a respectării dispozițiilor privind publicitatea comparativă, persoanele fizice și juridice, asociațiile și organizațiile care au un interes legitim pot să sesizeze Ministerul Economiei și Finanțelor sau, după caz, Consiliul Național al Audiovizualului.

(2) La sesizarea persoanelor prevăzute la alin. (1) sau din oficiu, Ministerul Economiei și Finanțelor, prin reprezentanții săi, constată încălcarea dispozițiilor prevăzute la art. 4 și 6 și aplică sancțiunile corespunzătoare.

Art. 8. – Sesizarea adresată Ministerul Economiei și Finanțelor poate fi îndreptată:

- a) împotriva unuia sau mai multor comercianți din același sector economic;
- b) împotriva responsabilului de cod, în cazul în care respectivul cod încurajează nerespectarea dispozițiilor legale în materie.

Art. 9. – (1) La sesizarea persoanelor fizice și juridice ori a asociațiilor și organizațiilor care au interes legitim, sau din oficiu, Ministerul Economiei și Finanțelor, prin reprezentanții săi, va solicita comerciantului care își face publicitate să furnizeze toate dovezile necesare privind exactitatea afirmațiilor, indicațiilor sau prezentărilor din anunțul publicitar.

(2) Reprezentanții Ministerului Economiei și Finanțelor solicită comercianților care își fac publicitate, dovezi potrivit prevederilor alin. (1) și (3), luând în considerare interesele legitime ale acestor comercianți, precum și cele ale comercianților prejudiciați.

(3) Comerciantul care își face publicitate este obligat să pună la dispoziția reprezentanților Ministerului Economiei și Finanțelor, la termenele și în forma stabilite de acesta toate documentele, datele și informațiile care să probeze exactitatea afirmațiilor conținute în anunțul publicitar.

(4) În cazul publicității comparative, comerciantul care își face publicitate este obligat să prezinte, cu celeritate, reprezentanților Ministerului Economiei și Finanțelor, dovezile, documentele, datele și informațiile prevăzute în prezentul articol.

(5) În cazul în care dovezile solicitate nu sunt prezentate de către comerciant, sau prezentarea dovezilor se face de către acesta după expirarea termenului stabilit de Ministerul Economiei și Finanțelor, ori aceste dovezi sunt considerate incomplete sau insuficiente, afirmațiile din anunțul publicitar în cauză vor fi considerate inexacte.

Art. 10. – (1) Nerespectarea de către comercianți a prevederilor art. 4 și art. 6 constituie contravenții și se sancționează cu amendă de la 3000 de lei la 30000 de lei.

(2) Constatarea și aplicarea sancțiunilor se fac la sesizarea persoanelor fizice și juridice, asociațiilor sau organizațiilor care au un interes legitim, ori din oficiu, de reprezentanții Ministerului Economiei și Finanțelor.

Art. 11. – (1) În cazul în care se constată încălcarea de către comerciantul care își face publicitate a dispozițiilor prevăzute de art. 4 și de art. 6, ținând cont de toate interesele implicate în cauză și, în special, de interesul public, Ministerul Economiei și Finanțelor poate dispune, odată cu aplicarea sancțiunilor contravenționale prevăzute la art. 10, alin. (1), următoarele măsuri complementare:

a) încetarea publicității înșelătoare sau a publicității comparative ilegale sau

b) interzicerea publicității înșelătoare sau a publicității comparative care contravine prevederilor prezentei legi, în cazul în care nu a fost încă adusă la cunoștința publicului, dar acest lucru este iminent.

(2) Măsurile prevăzute la alin. (1) se aplică fără a fi necesar să existe o dovadă a unui prejudiciu real, a intenției ori neglijenței celui care își face publicitate.

(3) Măsurile prevăzute la alin. (1) vor fi luate prin intermediul unei proceduri accelerate, în sensul că acestea vor fi îndeplinite de către comerciantul contravenient

în termen de 5 zile de la data înmânării sau comunicării procesului-verbal de constatare și sancționare a contravenției prin care măsurile au fost dispuse.

Art. 12. – (1) În vederea eliminării efectelor de durată ale publicității înșelătoare sau ale publicității comparative ilegale a cărei încetare, respectiv interzicere, a fost dispusă printr-un proces-verbal de constatare și sancționare a contravenției care nu a fost contestat sau hotărârea judecătorească prin care s-a dispus o astfel de măsură a rămas definitivă și irevocabilă, Ministerul Economiei și Finanțelor, prin reprezentanți împuterniciți, va solicita comerciantului în cauză:

a) publicarea procesului-verbal de constatare și sancționare a contravenției sau a hotărârii judecătorești, integral sau în extras;

b) publicarea unei declarații rectificative care să cuprindă datele de identificare ale comerciantului contravenient, contravenția săvârșită, data la care a fost săvârșită, precum și măsurile dispuse.

(2) Publicarea se va face, în toate cazurile, de către și pe cheltuiala comerciantului contravenient, atât prin intermediul unui ziar de largă circulație, cât și prin intermediul mijlocului de comunicare folosit pentru difuzarea anunțului publicitar interzis, în termen de 5 zile de la data comunicării.

Art. 13. – (1) Nerespectarea măsurilor prevăzute la art. 12, precum și a obligației prevăzute la art. 9, constituie contravenții și se sancționează cu amendă de la 6000 de lei la 60000 de lei.

(2) Constatarea contravențiilor și aplicarea sancțiunilor prevăzute la alin. (1) se fac de către reprezentanții împuterniciți ai Ministerului Economiei și Finanțelor.

Art. 14. – (1) În situația în care Ministerul Economiei și Finanțelor dispune, potrivit dispozițiilor art. 11, alin. (1), lit. a), încetarea publicității înșelătoare sau a

publicității comparative ilegale, acesta va comunica, de îndată, respectiva măsură Consiliului Național al Audiovizualului.

(2) Potrivit competențelor ce-i revin, Consiliul Național al Audiovizualului verifică dacă respectiva publicitate înșelătoare sau comparativă ilegală este difuzată printr-un serviciu de programe audiovizuale, în cadrul unei comunicații comerciale audiovizuale.

(3) În situația prevăzută la alin. (2), Consiliul Național al Audiovizualului va dispune, potrivit competențelor ce-i revin, prin decizie, oprirea de la difuzare a respectivei comunicații comerciale audiovizuale, va monitoriza aplicarea deciziei și, în caz de nerespectare va aplica sancțiunile Legii nr. 504/2002, cu modificările și completările ulterioare.

(4) În situațiile în care Consiliul Național al Audiovizualului apreciază că o comunicație comercială audiovizuală conține elementele unei publicități înșelătoare ori comparative ilegale va sesiza Ministerul Economiei și Finanțelor.

Art. 15. – Prevederile art. 11 și art. 13 referitoare la contravenții, se completează cu dispozițiile Ordonanței Guvernului nr. 2/2001 privind regimul juridic al contravențiilor, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 180/2002, cu modificările și completările ulterioare, cu excepția prevederilor art. 28 și art. 29.

Art. 16. – (1) În cazul în care se constată că faptele reclamate nu constituie publicitate înșelătoare sau, după caz, publicitate comparativă ilegală, Ministerul Economiei și Finanțelor emite decizie motivată de respingere a sesizării.

(2) Decizia dată conform alin. (1) poate fi atacată în baza prevederilor Legii contenciosului administrativ nr. 554/2004, cu modificările și completările ulterioare.

Art. 17. – (1) În cazul încălcării dispozițiilor prezentei legi, răspunderea revine comerciantului beneficiar al anunțului publicitar.

(2) În cazul în care comerciantul care își face publicitate nu are sediul social în România răspunderea revine reprezentantului său legal în România.

Art. 18. – Dreptul de a sesiza faptele prevăzute la art. 4 și art. 6, se prescrie în termen de 3 luni de la data la care persoanele, asociațiile sau organizațiile care au un interes legitim, potrivit prevederilor prezentei legi, au luat cunoștință de anunțul publicitar, dar nu mai târziu de 6 luni de la data apariției acestuia.

Art. 19. – (1) Prezenta lege nu exclude controlul voluntar al publicității de către organizațiile profesionale cu rol de autoreglementare în domeniul publicității și nici dreptul persoanelor fizice și juridice, asociațiilor sau organizațiilor interesate de a se adresa direct acestor organizații.

(2) – În aplicarea dispozițiilor prezentei legi, Ministerul Economiei și Finanțelor, respectiv Consiliul Național al Audiovizualului poate solicita organizațiilor profesionale cu rol de autoreglementare prevăzute la alin. (1) formularea unui punct de vedere de specialitate.

CAPITOLUL IV

Dispoziții finale

Art. 20. – (1) În aplicarea dispozițiilor prezentei legi, Ministerul Economiei și Finanțelor poate emite norme ce se vor aproba prin ordin al ministrului.

(2) În aplicarea dispozițiilor prezentei legi, Consiliul Național al Audiovizualului va emite norme de reglementare ce se vor aproba prin ordin al președintelui autorității.

Art. 21. – Dispozițiile legislative, regulamentare și administrative adoptate de autoritățile române, precum și orice alte informații cu privire la publicitatea înșelătoare și comparativă se notifică de Ministerul Economiei și Finanțelor către Comisia Europeană.

Art. 22. – Prezenta lege se aplică fără a aduce atingere dispozițiilor privind publicitatea pentru anumite produse și/sau servicii, precum și restricțiilor sau interdicțiilor privind publicitatea în anumite medii, cuprinse în alte acte normative.

Art. 23. – La data intrării în vigoare a prezentei legi se abrogă următoarele dispoziții din Legea nr. 148/2000 privind publicitatea, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 359 din 2 august 2000, cu modificările și completările ulterioare:

(1) art. 2, art. 3, art. 4, lit. a), b), c), g), art. 6, lit. a), art. 7, art. 8;

(2) parțial, următoarele articole, în ceea ce privește dispozițiile privind publicitatea înșelătoare și comparativă, astfel:

a) art. 1: „(...) protecția interesului public general împotriva publicității înșelătoare, a consecințelor negative ale publicității și stabilește condițiile în care este permisă publicitatea comparativă.”;

b) art. 18: „(...) cu excepția încălcării dispozițiilor cuprinse în art. 6, lit. a) și în art. 8, când răspunderea revine numai persoanei care își face publicitate.”

c) art. 23, alin. (1), lit. b): „încălcarea prevederilor art. 6, 8 (...)”

d) art. 24, alin. (1), lit. a): „(...) art. 6, lit. a), h) și j), ale art. 8 lit. a), b) și c) (...)”, lit. c) și lit. e): „(...) pentru încălcarea prevederilor art. 6 și 8, în cazul publicității difuzate în cadrul programelor audiovizuale (...)”

Prezenta lege transpune integral prevederile Directivei 2006/114/EC a Parlamentului European și Consiliului Uniunii Europene din data de 12 decembrie 2006, publicată în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene L376 din 27 decembrie 2006.