

<p>Art. 2</p>	<p>În sensul prezentei directive: (a) „publicitate” reprezintă orice formă de prezentare a unei activități comerciale, industriale, artizanale sau liberale în scopul promovării furnizării de bunuri sau servicii, inclusiv bunuri imobile, drepturi și obligații;</p>	<p>Art. 3</p>	<p>În sensul prezentei legi, termenii și expresiile de mai jos au următoarea semnificație:</p>
<p>(b) „publicitate înșelătoare” reprezintă 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, datorită caracterului înșelător, poate afecta comportamentul economic al acestora sau care, din aceste motive, aduce atingere sau poate aduce atingere unui concurent;</p>	<p>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;</p> <p>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;</p>	<p>c) publicitate comparativă – orice publicitate care identifică în mod explicit sau implicit un concurent sau bunuri ori servicii oferite de acesta;</p>	<p>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;</p>
<p>(e) „responsabil de cod” reprezintă orice entitate, inclusiv un comerciant sau un</p>	<p>e) responsabil de cod - orice entitate, inclusiv un comerciant sau un grup de comercianți,</p>		

	<p>grup de comercianți, responsabilă cu formularea și revizuirea unui cod de conduită și/sau cu monitorizarea conștientă și/sau cu monitorizarea conștientă cu codul de către cei care și-au luat angajamentul de a-l respecta.</p>		<p>responsabilă cu formularea și revizuirea unui cod de conduită și/sau cu monitorizarea conștientă și/sau cu monitorizarea conștientă cu codul de către cei care și-au luat angajamentul de a-l respecta;</p>
	<p>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;</p>		<p>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.</p>
	<p>Art. 4</p>		<p>Publicitatea înșelătoare este interzisă.</p>

<p>Art. 3</p>	<p>În vederea determinării caracterului înșelător al publicității trebuie să se ia în considerare toate aspectele acesteia, în special orice informație conținută de aceasta cu privire la:</p> <p>(a) caracteristicile bunurilor sau serviciilor, cum sunt disponibilitatea, natura, modul de execuție, compoziția, metoda și data fabricației sau prestării, dacă acestea corespund scopului, destinația, cantitatea, parametrii tehnico-funcționali, originea geografică sau comercială sau rezultatele așteptate ca urmare a utilizării lor, sau rezultatele și caracteristicile esențiale ale testelor sau controalelor efectuate asupra bunurilor sau serviciilor;</p> <p>(b) prețul sau modul de calcul al prețului și condițiile în care se distribuie bunurile sau se prestează serviciile;</p> <p>(c) natura, atribuțiile și drepturile persoanei care își face publicitate, cum ar fi identitatea și activele sale, calificările și deținerea drepturilor de proprietate industrială, comercială sau intelectuală sau premiile și distincțiile sale.</p>	<p>Art. 5</p>	<p>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:</p> <p>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;</p> <p>b) prețul sau modul de calcul al prețului și condițiile în care se distribuie bunurile sau se prestează serviciile;</p> <p>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.</p>
----------------------	---	----------------------	--

<p>Art. 4</p> <p>Se permite publicitatea comparativă, în ceea ce privește comparația, în cazul în care sunt îndeplinite următoarele condiții:</p> <p>(a) nu este înșelătoare în sensul articolului 2 litera (b), articolului 3 și articolului 8 alineatul (1) din prezenta directivă sau a articolelor 6 și 7 din Directiva 2005/29/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 11 mai 2005 privind practicile comerciale neloiale ale întreprinderilor de pe piața internă față de consumatori („Directiva privind practicile comerciale neloiale”)¹;</p> <p>(b) compară bunuri sau servicii care răspund aceluiași nevoi sau sunt destinate aceluiași scopuri;</p> <p>(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;</p> <p>(d) nu discreditează sau denigrează mărcile, denumirile comerciale, alte semne distinctive, bunuri, servicii, activități sau situația unui concurent;</p>	<p>Art. 6</p>	<p>(1) Publicitatea comparativă este considerată legală dacă îndeplinește, în mod cumulativ, următoarele condiții:</p> <p>a) nu este înșelătoare, potrivit dispozițiilor art. 3, lit. b) și ale art. 5;</p> <p>b) compară bunuri sau servicii care răspund aceluiași nevoi sau sunt destinate aceluiași scopuri;</p> <p>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;</p> <p>d) nu discreditează sau denigrează mărcile, denumirile comerciale, alte semne distinctive, bunuri, servicii, activități sau situația unui concurent;</p>
--	----------------------	---

¹ JO L 149, 11.6.2005, p. 22.

	<p>(e) în cazul produselor cu denumire de origine, se referă în fiecare caz la produse cu aceeași denumire;</p> <p>(f) nu profită în mod neloyal de reputația unei mărci, a unei denumiri comerciale sau a altor semne distinctive ale unui concurent ori a denumirii de origine a produselor concurenți;</p> <p>(g) nu prezintă bunuri sau servicii ca imitații sau reproduceri ale bunurilor sau serviciilor purtând o marcă sau o denumire comercială protejată;</p> <p>(h) nu creează confuzie între comercianți, între persoane care își face publicitate și un concurent, sau între mărci, denumiri comerciale, alte semne distinctive, bunuri sau servicii ale persoanei care își face publicitate și cele ale unui concurent.</p>		<p>e) în cazul produselor cu denumire de origine, se referă, în fiecare caz, la produse cu aceeași denumire;</p> <p>f) nu profită în mod neloyal de reputația unei mărci, a unei denumiri comerciale sau a altor semne distinctive ale unui concurent, ori a denumirii de origine a produselor concurenți;</p> <p>g) nu prezintă bunuri sau servicii ca imitații sau reproduceri ale bunurilor sau serviciilor purtând o marcă sau o denumire comercială protejată;</p> <p>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;</p>
<p>Art. 5</p>	<p>(1) Statele membre se asigură de existența mijloacelor adecvate și eficiente pentru combaterea publicității înșelătoare și în vederea respectării dispozițiilor privind publicitatea comparativă, în interesul comercianților și al concurenților.</p>	<p>Art. 7</p>	<p>(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.</p> <p>(2) La sesizarea persoanelor menționate 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.</p>

<p>Respectivele mijloace includ dispozițiile legate în conformitate cu care persoane sau organizații considerate, în temeiul legislației naționale, ca având un interes legitim în interzicerea publicității înșelătoare sau în reglementarea publicității comparative pot:</p> <p>(a) introduce acțiune în justiție împotriva acestui tip de publicitate;</p> <p>sau</p> <p>(b) aduce acest tip de publicitate în fața unei autorități administrative competente fie să decidă asupra reclamațiilor, fie să inițieze procedurile juridice corespunzătoare.</p> <p>(2) Fiecare stat membru trebuie să decidă pe care dintre procedurile menționate la alineatul (1) paragraful al doilea o va reține și dacă este necesar să permită instanțelor judecătorești sau autorităților administrative să recurgă, în prealabil, la alte căi de soluționare a reclamațiilor, inclusiv cele menționate la articolul 6.</p> <p>Fiecare stat membru trebuie să decidă:</p> <p>(a) dacă respectivele mijloace juridice pot fi îndreptate separat sau comun împotriva unui număr de comercianți din același sector economic;</p> <p>și</p> <p>(b) dacă respectivele mijloace juridice pot</p>	<p style="text-align: center;">Art. 8</p>	<p><i>Punerea în aplicare a măsurilor prevăzute în proiectul de act normativ va fi realizată de către Ministerul Economiei și Finanțelor care are experiența necesară în domeniul întrucât aplică și în prezent dispozițiile din materia publicității comparative prevăzute de lege.</i></p> <p><i>Aplicarea proiectului de act normativ se va face conform prevederilor constituționale în materie.</i></p> <p><i>Mijloacele de combatere și stopare a publicității sunt reglementate în prezentul proiect de act normativ la capitolul III – „Sesizare, competență, sancțiuni”</i></p> <p>Sesizarea adresată Ministerul Economiei și Finanțelor poate fi îndreptată:</p> <p>a) împotriva unuia sau mai multor comercianți din același sector economic;</p> <p>b) împotriva responsabilului de cod, în cazul în</p>
---	--	--

	<p>fi îndreptate împotriva responsabilului unui cod în cazul în care respectivul codul promovează nerespectarea cerințelor legale.</p> <p>(3) În cadrul dispozițiilor prevăzute la alineatele (1) și (2), statele membre conferă instanțelor judecătorești sau autorităților administrative competențe care le abilitază, în cazurile în care consideră necesare astfel de măsuri, ținând seama de toate interesele implicate și, în special, de interesul general:</p> <p>(a) să dispună încetarea sau să inițieze acțiuni în justiție corespunzătoare pentru un ordin de încetare a publicității înșelătoare sau a publicității comparative ilegale;</p> <p>sau</p> <p>(b) în cazul în care publicitatea înșelătoare sau publicitatea comparativă ilegală nu a fost încă adusă la cunoștința publicului, dar acest lucru este iminent, să hotărască interzicerea acesteia sau să inițieze acțiunile în justiție necesare pentru un ordin de interzicere a unei asemenea publicități.</p> <p>Primul paragraf se aplică chiar fără a exista o dovadă a pierderii sau a unui prejudiciu real sau intenției sau neglijenței din partea persoanei care își face</p>	<p style="text-align: center;">Art. 11</p>	<p>care respectivul cod încurajează nerespectarea dispozițiilor legale în materie.</p> <p>(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:</p> <p>a) încetarea publicității înșelătoare sau a publicității comparative ilegale</p> <p>sau</p> <p>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.</p> <p>(2) Măsurile prevăzute la alin. (1) se aplică fără a fi necesar să existe o dovadă a unui prejudiciu real, a intenției ori a neglijenței celui care își face publicitate.</p>	
--	--	---	---	--

<p>publicitate.</p> <p>Statele membre prevăd ca măsurile menționate la primul paragraf să fie luate printr-o procedură accelerată fie cu efect provizoriu, fie cu efect definitiv, alegerea revenindu-i fiecărui stat membru.</p>		<p>(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.</p>	
<p>(4) Statele membre pot conferi instanțelor judecătorești sau autorităților administrative competențe care să le permită, în vederea eliminării efectelor de durată ale publicității înșelătoare sau ale încetării a fost dispusă printr-o hotărâre definitivă:</p> <p>(a) să solicite publicarea respectivei hotărâri, în întregime sau parțial, și într-o formă pe care o consideră adecvată;</p> <p>(b) să solicite, de asemenea, publicarea</p>	<p style="text-align: center;">Art. 10</p>	<p>(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.</p> <p>(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.</p>	
	<p style="text-align: center;">Art. 12</p>	<p>(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:</p> <p>a) publicarea procesului-verbal de constatare și</p>	

	<p>unei declarații rectificative.</p> <p>(5) Autoritățile administrative menționate la alineatul (1) paragraful al doilea litera (b) trebuie:</p> <p>(a) să aibă o componentă care să nu pună sub semnul întrebării caracterul său imparțial;</p> <p>(b) să aibă competențe adecvate, în cazul în care decid asupra reclamațiilor, pentru a monitoriza și a pune în aplicare în mod eficient respectarea deciziilor lor;</p> <p>(c) să își motiveze, în principiu, deciziile.</p>	<p>sanționare a contravenției sau a hotărârii judecătorești, integral sau în extras;</p> <p>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.</p> <p>(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.</p> <p><i>Ministerul Economiei și Finanțelor este prevăzută în cuprinsul legii ca autoritate competentă.</i></p>	
	Art. 13	<p>(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.</p> <p>(2) Constatarea contravențiilor și aplicarea sancțiunilor prevăzute la alin. (1) se fac de către reprezentanții împuterniciți ai</p>	

		<p>Ministerului Economiei și Finanțelor.</p> <p>Art. 14</p> <p>(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.</p> <p>(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.</p> <p>(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.</p> <p>(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.</p>	
<p>(6) Atunci când competențele menționate la alineatele (3) și (4) sunt exercitate exclusiv de către o autoritate administrativă, deciziile trebuie motivate</p>	<p>Art. 15</p>	<p>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</p>	

	<p>în toate cazurile. În acest caz, trebuie prevăzute proceduri prin care exercitarea improprie sau nejustificată a competențelor autorității administrative sau orice neîndeplinire improprie sau nejustificată a atribuțiilor poate face obiectul controlului jurisdicțional.</p>	<p>Art. 16</p>	<p>modificări și completări prin Legea nr. 180/2002, cu modificările și completările ulterioare, cu excepția prevederilor art. 28 și art. 29.</p> <p>(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.</p> <p>(2) Decizia dată conform alin. (1) poate fi atacată în baza prevederilor Legii contenciosului administrativ nr. 554/2004, cu modificările și completările ulterioare.</p>	
		<p>Art. 17</p>	<p>(1) În cazul încălcării dispozițiilor prezentei legi, răspunderea revine comerciantului beneficiar al anunțului publicitar.</p> <p>(2) În cazul în care comerciantul care își face publicitate nu are sediul social în România răspunderea revine reprezentantului său legal în România.</p>	
		<p>Art. 18</p>	<p>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.</p>	

<p>Art. 6</p>	<p>Prezenta directivă nu exclude controlul voluntar, care poate fi încurajat de statele membre, în ceea ce privește publicitatea înșelătoare sau publicitatea comparativă ilegală, realizat de organisme autonome și nici recurgerea la asemenea organisme de către persoanele sau organizațiile menționate la articolul 5 alineatul (1) paragraful al doilea, în cazul în care există o procedură în fața unor astfel de organisme, alta decât procedurile juridice sau administrative prevăzute la articolul menționat.</p>	<p>Art. 19</p>	<p>(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.</p> <p>(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.</p>
<p>Art. 7</p>	<p>Statele membre conferă instanțelor judecătorești și autorităților administrative competențe care le permit în cadrul procedurilor civile sau administrative prevăzute la articolul 5:</p> <p>(a) să solicite persoanei care își face publicitate prezentarea dovezilor privind acuratețea afirmațiilor de fapt conținute în reclamă, în cazul în care, având în vedere interesele legitime ale persoanei care își face publicitate și ale oricărei alte părți implicate în proceduri, o asemenea cerință este întemeiată pe baza împrejurărilor din cazul respectiv și, în cazul publicității comparative, să solicite persoanei care își face publicitate să prezinte aceste dovezi într-o perioadă scurtă de timp;</p> <p>și</p> <p>(b) să considere afirmațiile de fapt ca fiind</p>	<p>Art. 9</p>	<p>(1) La sesizarea persoanelor fizice și juridice ori asociațiilor sau 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.</p> <p>(2) Reprezentanții Ministerului Economiei și Finanțelor solicită comercianților care își fac publicitate, dovezii potrivit prevederilor alin. (1) și (3), luând în considerare interesele legitime ale acestor comercianți, precum și cele ale comercianților prejudiciați.</p> <p>(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</p>

	<p>inexacte, în cazul în care dovezile solicitate în conformitate cu litera (a) nu sunt prezentate sau sunt considerate insuficiente de către instanță sau autoritatea administrativă.</p>		<p>probe exactitatea afirmațiilor conținute în anușul 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 anușul publicitar în cauză vor fi considerate inexacte.</p>	
<p>Art. 8</p>	<p>(1) Prezenta directivă nu împiedică statele membre să mențină sau să adopte dispoziții privind asigurarea unei protecții sporite, în privința publicității înșelătoare, a comercianților și a concurenților. Primul paragraf nu se aplică publicității comparative în ceea ce privește comparația. (2) Dispozițiile prezentei directive se aplică fără a aduce atingere dispozițiilor comunitare privind publicitatea pentru anumite produse și/sau servicii specifice sau restricțiilor sau interdicțiilor privind publicitatea în anumite medii. (3) Dispozițiile prezentei directive privind publicitatea comparativă nu obligă statele membre care, în conformitate cu</p>	<p>Art. 22</p>	<p>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.</p>	

	<p>dispozițiile tratatului, mențin sau introduc interdicții de publicitate cu privire la anumite mărfuri sau servicii, fie impuse direct, fie printr-un organism sau organizație responsabilă, conform legislației statului membru, pentru reglementarea exercitării activităților comerciale, industriale, artizanale sau profesionale, să permită publicitatea comparativă cu privire la respectivele mărfuri sau servicii. În cazul în care aceste interdicții se limitează la anumite medii, prezenta directivă se aplică mediilor care nu reprezintă obiectul acestor interdicții.</p> <p>(4) Nici o dispoziție a prezentei directive nu împiedică statele membre să mențină sau să introducă, în conformitate cu dispozițiile tratatului, interdicții sau limitări privind utilizarea comparațiilor în publicitatea serviciilor profesionale, fie impuse în mod direct, fie de către un organism sau o organizație responsabilă, în temeiul legislației statelor membre, pentru reglementarea exercitării unei activități profesionale.</p>	<p>Art. 20</p>	<p>(1) În aplicarea dispozițiilor prezentei legi, Ministerul Economiei și Finanțelor poate emite norme ce se vor aproba prin ordin al ministrului.</p> <p>(2) În aplicarea dispozițiilor prezentei legi, Consiliul Național al Audiovizualului va emite norme de reglementare ce se vor aproba prin ordin al președintelui autorității.</p>	
<p>Art. 9</p>	<p>Comisiei îi este comunicat de către statele membre textul principalelor dispoziții de drept intern, pe care le adoptă în domeniul reglementat de prezenta directivă.</p>	<p>Art. 21</p>	<p>Dispozițiile legislative, reglementare 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.</p>	
<p>Art. 10</p>	<p>Directiva 84/450/CEE se abrogă, fără a</p>			

	<p>aduce atingere obligațiilor statelor membre în ceea ce privește termenele de transpunere în dreptul național a directivelor prevăzute în anexa I partea B.</p> <p>Trimiterile la directiva abrogată se interpretează ca fiind trimeri la prezenta directivă și se citesc în conformitate cu tabelul de corespondență din anexa II.</p>			
Art. 11	Prezenta directivă intră în vigoare la 12 decembrie 2007.			
Art. 12	Prezenta directivă se adresează statelor membre.			
		Art. 23	<p>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:</p> <p>(1) art. 2, art. 3, art. 4, lit. a), b), c), g), art. 6, lit. a), art. 7, art. 8;</p> <p>(2) parțial, următoarele articole, în ceea ce privește dispozițiile privind publicitatea înșelătoare și comparativă, astfel:</p> <p>a) art. 1: „(...) protecția interesului public general împotriva publicității înșelătoare, a consecințelor negative ale publicității și stabilește condițiile în care este permisă publicitatea comparativă.”;</p> <p>b) art. 18: „ (...) cu excepția încălcării dispozițiilor cuprinse în art. 6, lit. a) și în art. 8, când răspunderea revine numai persoanei care</p>	

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.