

EXPUNERE DE MOTIVE

Legea nr. 148/2000 privind publicitatea, cu modificările și completările ulterioare, reglementează, printre altele, și publicitatea ca formă de prezentare a produselor comerciale, în scopul vânzării acestora.

În ultima perioadă mass-media a transmis un semnal de alarmă, în sensul că există un vid legislativ care a deschis firmelor un vast teritoriu unde să-și promoveze produsele, fie prin campanii „educative”, fie prin vânzare directă, în școli.

Școlile din România au devenit un teritoriu mult râvnit de firmele producătoare de bunuri comerciale, copiii devenind cel mai important public-țintă pentru producători.

Astfel, când un produs poate fi folosit de copii, toate armele marketingului, ale firmelor, sunt îndreptate către aceștia. În școli, copiii reușesc cel mai repede să-i convingă pe părinți, să le cumpere produsul respectiv.

De asemenea, copiii, pe cât de repede sunt atrași de un produs, pe atât de repede se plictisesc de acesta, astfel că marketingul știe că dacă reușește să-i cucerească, dorința de a avea acest produs nu-i ține mult. De aici izvorăște și dorința firmelor de a-i avea clienți.

Putem spune că există un anumit tip de campanie în școli, ale firmelor producătoare de bunuri care la prima vedere ar avea numai rolul de informare.

Contrar aparențelor, asemenea inițiative au avut o latură principală – educația, dar și una secundară – promovarea, mai mult sau mai puțin subtilă, de produse, transformând școala într-un talcioc național.

Față de cele prezentate, am elaborat propunerea legislativă anexată, pe care o supunem spre adoptare, în procedură de urgență, Parlamentului.

Inițiatori,

Deputat PSD – Neculai IFTIMIE

Deputat ALDE – Ică Florică CALOTĂ

Deputat ALDE - Florin-Toma PETCU