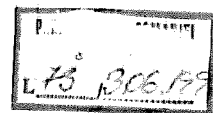




Parlamentul României

SENAT



Comisia pentru cultură,
artă și mijloace de informare în masă

Nr. XXI / 142 / 2.06.1999

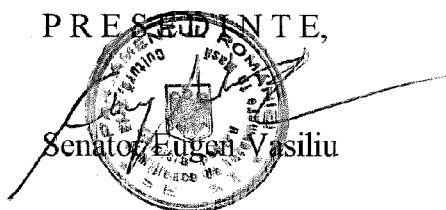
DOMNULUI ALEXANDRU DUMITRESCU
SECRETARUL GENERAL AL SENATULUI

Vă înaintăm alăturat Raportul comun întocmit de Comisia pentru cultură, artă și mijloace de informare în masă și Comisia economică a Senatului asupra proiectului Legii privind publicitatea.

Comisiile au fost sesizate în fond cu adresa nr. L. 43/4.03.1999.

PRESEDINTE,

Senator Eugen Vasiliu



Parlamentul României



SENAT

București 2 iunie 1999

Nr.

COMISIA PENTRU CULTURA,
ARTA, SI MIJLOACE
DE INFORMARE ÎN MASA
Nr. XX1 / 1421

COMISIA ECONOMICA

Nr. XII / 494

R A P O R T

asupra proiectului Legii privind publicitatea

Cu adresa L 73/4.03.1999 Comisia pentru cultură, artă și mijloace de informare în masă și Comisia economică au fost sesizate în fond asupra proiectului Legii privind publicitatea.

La dezbaterea proiectului de lege în cadrul ședințelor au fost invitați reprezentanți din partea Oficiului pentru Protecția Consumatorului, Consiliului Național al Audiovizualului, Asociației Producătorilor de Publicitate și Clubului Român de Presă.

Reglementarea activității de publicitate, completând, de altfel, o serie de alte reglementări existente în legislația românească (Legea audiovizualului, Legea protecției consumatorului) urmărește eliminarea abuzurilor în domeniu, a publicității înșelătoare, a circumstanțelor care pot favoriza concurența neloială. Având în vedere impactul social al activității de publicitate, precum și cerințele de protejare a intereselor consumatorului, comisia consideră necesară și binevenită această reglementare, care se armonizează, de altfel, și cu legislația în materie a Uniunii Europene.

În cursul dezbaterilor Comisia pentru cultură și Comisia economică, ținând seama și de avizele primite din partea Comisiei pentru administrație publică, a Comisiei pentru sănătate, ecologie și sport (aviz cu propuneri de amendamente), precum și a Consiliului Legislativ (aviz cu amendamente), au formulat, la rândul lor o serie de amendamente, anexate prezentului Raport.

Cu aceste amendamente comisiile înaintează proiectul de lege spre dezbateră și adoptare în plenul Senatului.

PRESEDINTE

Senato^r Eugen Vasiliu

PRESEDINTE,

Senato^r Viorel Cataramă

PARLAMENTUL ROMANIEI
S E N A T

COMISIA PENTRU CULTURA, ARTA
SI MIJLOACE DE INFORMARE IN MASĂ

COMISIA ECONOMICA

ANEXA LA RAPORTUL ASUPRA PROIECTULUI DE LEGE PRIVIND PUBLICITATEA

Nr. crt.	Text inițiator	Amendamente comisii	Observații
1.	PARLAMENTUL ROMANIEI CAMERA DEPUTATILOR SENAT	PARLAMENTUL ROMANIEI SENAT CAMERA DEPUTATILOR	Senatul este prima Cameră a Parlamentului sesizată cu proiectul de lege.
2.	CAPITOLUL I Dispozitii generale	Textul inițiatorului nemodificat.	
3.	Titlul legii: Lege privind publicitatea	Titlul legii: Lege privind unele aspecte ale activității de publicitate.	
4.	Art.1 - Prezenta lege are drept scop protecția consumatorilor și a persoanelor ce desfășoară o activitate de producție, de comerț, prestează un serviciu sau care practică o meserie sau o profesie, precum și a interesului public	Art.1 - Prezenta lege are drept scop protecția consumatorilor <u>de produse și servicii ca și protecția</u> persoanelor care desfășoară o activitate de producție, de comerț, prestează un serviciu sau care practică o meserie sau o	

	împotriva publicității înșelătoare, a consecințelor negative ale publicității, ca și stabilirea condițiilor în care este permisă publicitatea comparativă.	profesie, precum și protecția interesului public general împotriva publicității înșelătoare, a consecințelor negative ale publicității și stabilește condițiile în care este permisă publicitatea comparativă.	
5.	Art.2	Art.2 - Textul inițiatorului nemodificat.	
6.	Art.3. Publicitatea în cadrul programelor audiovizuale radiodifuzate sau transmise prin cablu se supune Normelor obligatorii privind realizarea publicității în cadrul programelor audiovizuale radiodifuzate sau transmise prin cablu, elaborate de Consiliul Național al Audiovizualului, în baza Legii nr.48/1992 - Legea Audiovizualului, precum și prevederilor prezentei legi.	Art.3 Publicitatea <u>difuzată</u> în cadrul programelor <u>de radio și televiziune</u> sau prin cablu se supune Normelor obligatorii privind realizarea publicității în cadrul programelor audiovizuale radiodifuzate sau distribuite prin cablu, elaborate de Consiliul Național al Audiovizualului, în baza Legii nr.48/1992 - Legea Audiovizualului, precum și prevederilor prezentei legi.	
7.	Art.4 În sensul prezentei legi, următorii termeni se definesc astfel: (1) publicitate este orice formă de prezentare a unei activități comerciale, industriale, artizanale sau liber-profesioniste având ca scop promovarea vânzării de bunuri și servicii inclusiv de bunuri imobile, de drepturi și obligații; (2) publicitate înșelătoare este orice publicitate	Art.4 În sensul prezentei legi, următorii termeni se definesc astfel: a) publicitate este orice formă de prezentare a unei activități comerciale, industriale, artizanale sau liber-profesioniste având ca scop promovarea vânzării de bunuri și servicii inclusiv de bunuri imobile, de drepturi și obligații; b) publicitate înșelătoare este orice	Nefiind alineate, enumerarea se marchează cu litere.

	care, în orice fel, inclusiv prin modul de prezentare, induce sau poate induce în eroare orice persoană căreia îi este adresată sau care ia contact cu aceasta și, prin caracterul înșelător, îi poate afecta comportamentul economic sau care din aceste motive lezează sau poate leza interesele unui concurent; (3) publicitate comparativă este orice publicitate care identifică explicit sau implicit un concurent sau bunurile ori serviciile oferite de acesta; (4) persoană este orice persoană fizică sau juridică; (5) minor este orice persoană fizică în vârstă de până la 18 ani; (6) autoreglementare este orice activitate cu caracter voluntar de elaborare a unor reguli de bună practică în domeniul publicității și de control al respectării acestora de către reprezentanți ai persoanelor implicate în	publicitate care, în orice fel, inclusiv prin modul de prezentare, induce sau poate induce în eroare orice persoană căreia îi este adresată sau care ia contact cu aceasta și, prin caracterul înșelător, îi poate afecta comportamentul economic sau care din aceste motive lezează sau poate leza interesele unui concurent; c) publicitate comparativă este orice publicitate care identifică explicit sau implicit un concurent sau bunurile ori serviciile oferite de acesta; d) <u>publicitate subliminală este orice publicitate care utilizează stimuli prea slabi pentru a fi percepuți în mod conștient, dar care pot influența comportamentul economic al unei persoane.</u> e) persoană este orice persoană fizică sau juridică; f) minor este orice persoană fizică în vârstă de până la 18 ani; g) autoreglementare este orice activitate cu caracter voluntar de elaborare a unor reguli de bună practică în domeniul publicității și de control al respectării acestora de către reprezentanți ai persoanelor implicate în această activitate, inclusiv ai agenților de	Se introduce punctul d), definirea publicității subliminale, la care face referire art.6.
--	--	---	--

10.	CAPITOLUL II <u>Publicitate înșelătoare</u>	CAPITOLUL II <u>Publicitate înșelătoare și publicitate comparativă</u>	Se adaugă și materia Capitolului III din textul inițiatorului.
11.	Art.7	Art.7 Textul inițiatorului nemodificat.	Enumerare; se marchează cu litere în loc de cifre.
12.	CAPITOLUL III <u>Publicitate comparativă</u>	Se elimină.	
13.	Art.8	Art.8 Textul inițiatorului nemodificat.	Enumerare; se marchează cu litere în loc de cifre.
14.	Art.9	Art.9 Textul inițiatorului nemodificat.	
15.	Art.10 Orice referire la preț trebuie să fie urmată de precizarea acestuia în unitatea monetară legală.	Art.10 Orice referire la preț trebuie să fie urmată de precizarea acestuia.	Si unitățile monetare ale altor state sunt legale.
16.	CAPITOLUL IV <u>Dispoziții speciale privind publicitatea anumitor produse</u>	CAPITOLUL III <u>Dispoziții speciale privind publicitatea anumitor produse</u>	Capitol renumerotat.
17.	Art.11 Se interzice publicitatea pentru produsele din tutun: (1) în cadrul programelor audiovizuale radiodifuzate sau transmise prin cablu; (2) în presa scrisă pe prima și a patra copertă a materialelor tipărite.	Art.11 Se interzice publicitatea <u>explicită</u> pentru produsele din tutun: a) difuzată în cadrul programelor de radio și televiziune sau transmisă prin cablu; b) în presa scrisă pe prima și a patra copertă a materialelor tipărite.	

18.	Art.12	Art.12 Textul inițiatorului nemodificat.	
19.	Art.13 Publicitatea pentru băuturile alcoolice și pentru produsele din tutun nu este permisă în publicații destinate în principal minorilor, în sălile de spectacole înainte, în timpul și după spectacolele la care pot participa și minorii.	Art.13 Publicitatea pentru băuturile alcoolice și pentru produsele din tutun nu este permisă în publicații destinate în principal minorilor, în sălile de spectacole înainte, în timpul și după spectacolele <u>destinate minorilor</u> .	
20.	Art.14	Art.14 Textul inițiatorului nemodificat.	Enumerare; se marchează cu litere în loc de cifre.
21.	Art.15	Art.15 Textul inițiatorului nemodificat.	
22.	Art.16	Art.16 Textul inițiatorului nemodificat.	
23.	Art.17	Art.17 Textul inițiatorului nemodificat.	Enumerare; se marchează cu litere în loc de cifre.
24.	Art.18	Art.18 Textul inițiatorului nemodificat.	
25.	CAPITOLUL V <u>Sanctiuni</u>	CAPITOLUL IV <u>Sanctiuni</u>	Capitol renumerotat.
26.	Art.19	Art.19 Textul inițiatorului nemodificat.	
27.	Art.20	Art.20 Textul inițiatorului nemodificat.	

28.	Art.21 Persoana care își face publicitate trebuie să fie în măsură să probeze exactitatea afirmațiilor, indicațiilor sau prezentărilor din anunțul publicitar și este obligată, la solicitarea reprezentanților organelor prevăzute la art.26 să furnizeze documentele care să probeze exactitatea acestora.	Art.21 (1) Persoana care își face publicitate trebuie să fie în măsură să probeze exactitatea afirmațiilor, indicațiilor sau prezentărilor din anunțul publicitar și este obligată, la solicitarea reprezentanților organelor prevăzute la art.26 să furnizeze documentele care să probeze exactitatea acestora. (2) În cazul în care documentele nu sunt furnizate în termen de 3 zile de la solicitare sau dacă sunt considerate insuficiente, afirmațiile din anunțul publicitar în cauză vor fi considerate inexacte.	Trimiterea se va renumera (art.25). Alineat nou, provenit din materia art.22 din textul inițiatorului.
29.	Art.22 În cazul în care documentele nu sunt furnizate în termen de 3 zile de la solicitare sau dacă sunt considerate insuficiente, afirmațiile din anunțul publicitar în cauză vor fi considerate inexacte.	Art.22 Se elimină (materia a trecut ca alineat în articolul precedent).	Articolele și trimiterile din interiorul lor se vor renumera până la sfârșitul legii.
30.	Art.23	Art.23 Textul inițiatorului nemodificat.	
31.	Art.24	Art.24 Textul inițiatorului nemodificat.	
32.	Art.25	Art.25 Textul inițiatorului nemodificat.	
33.	Art.26 Constatarea contravențiilor și aplicarea sancțiunilor prevăzute la art.25 se fac de către	Art.26 Contravențiile prevăzute la art.25 se constată și se sancționează la sesizarea	

reprezentanți împuterniciți ai Oficiului pentru Protecția Consumatorilor și ai altor organe ale administrației publice abilitate, potrivit competențelor, la sesizarea persoanelor prejudiciate ori a Asociațiilor pentru protecția consumatorilor sau din oficiu.	persoanelor prejudiciate ori a Asociațiilor de consumatori sau din oficiu, de către: a) reprezentanții împuterniciți ai Oficiului pentru protecția consumatorilor în cazul încălcării prevederilor art.6 lit.a), h) și j); art.8 lit.a), b) și c); art.9; art.11 lit.b) și art.14 lit.a) și b). b) reprezentanții împuterniciți ai administrației publice locale pentru încălcarea prevederilor art.6 lit.c), d), e), f), g) și i); art.12, art.14 lit.f) și art.16. c) reprezentanții împuterniciți ai Oficiului Concurenței pentru încălcarea prevederilor art.8 lit.d), e), f), g) și h). d) reprezentanții împuterniciți ai Ministerului Sănătății pentru încălcarea prevederilor art.14 lit.c), d), e) și f), art.15, art.17 și art.18. e) reprezentanții împuterniciți ai Consiliului Național al Audiovizualului pentru încălcarea prevederilor art.6 în cazul publicității difuzate în cadrul programelor de radio și televiziune sau transmise prin cablu și ale art.11 lit.a).	
Organele administrației publice abilitate potrivit prezentei legi pot solicita organizațiilor	(2) Organele abilitate să constate și să sancționeze contravențiile pot solicita	Se elimină sintagma <u>administrație publică</u>

	profesionale cu rol de autoreglementare prevăzute la art.23, formularea unui punct de vedere de specialitate sau adoptarea unei poziții față de un anumit caz.	organizațiilor profesionale cu rol de autoreglementare prevăzute la art.23 formularea unui punct de vedere de specialitate.	(C.N.A. nu este organ al administrației publice).
34.	Art.27 Organele prevăzute la art.26 pot dispune odată cu aplicarea sancțiunii contravenționale, următoarele măsuri: (1) interzicerea publicității în cazul în care a fost difuzată sau în cazul în care difuzarea este iminentă (2) încetarea publicității până la data corectării ei (3) publicarea deciziei autorității publice, în totalitate sau parțial și stabilirea modului în care aceasta urmează să se realizeze (4) publicarea pe cheltuiala contravenientului a unuia sau mai multor anunțuri rectificative, cu fixarea conținutului și a modului de difuzare.	Art.27 Organele prevăzute la art.26 pot dispune odată cu aplicarea sancțiunii contravenționale, următoarele măsuri: a) interzicerea publicității în cazul în care a fost difuzată. b) încetarea publicității până la data corectării ei c) publicarea deciziei autorității publice, în totalitate sau parțial și stabilirea modului în care aceasta urmează să se realizeze d) publicarea pe cheltuiala contravenientului a unuia sau mai multor anunțuri rectificative, cu fixarea conținutului și a modului de difuzare.	Enumerare; se marchează cu litere în loc de cifre.
35.	Art.28 Organele abilitate prevăzute la art.26, ținând cont de toate aspectele constatate și, în special, de interesul public general, pot interzice publicitatea chiar și în lipsa dovezilor privind prejudiciul cauzat.	Art.28 Se elimină.	

36.	Art.29 Contravențiilor prevăzute la art.25 le sunt aplicabile dispozițiile Legii nr.32/1968 privind stabilirea și sancționarea contravențiilor, cu modificările ulterioare, cu excepția art.25-27 din respectiva lege, precum și Legii nr.11/1991 privind combaterea concurenței neloiale.		Art.29 Textul inițiatorului nemodificat.	
33.	CAPITOLUL VI <u>Dispoziții finale</u>		CAPITOLUL V <u>Dispoziții finale</u>	Renumeroare capitol.
34.	Art.30.		Art.30 Textul inițiatorului nemodificat,	
35.	Art.31 Prezenta lege intră în vigoare la 180 de zile de la publicarea în Monitorul Oficial al României. Pe data intrării în vigoare a prezentei legi orice dispoziții contrare se abrogă.		Art.31 Prezenta lege intră în vigoare la 90 de zile de la publicarea în Monitorul Oficial al României. Pe data intrării în vigoare a prezentei legi orice dispoziții contrare se abrogă.	Termenul de 180 de zile pentru intrarea în vigoare a legii este prea mare.
36.	PRESEDINTELE CAMEREI DEPUTATILOR, Ion Diaconescu	PRESEDINTELE SENATULUI, Petre Roman	PRESEDINTELE SENATULUI, Petre Roman	PRESEDINTELE CAMEREI DEPUTATILOR, Ion Diaconescu
				Senatul este prima Cameră a Parlamentului sesizată cu proiectul de lege.