

PROIECT

PARLAMENTUL ROMÂNIEI
CAMERA DEPUTAȚILOR **SENATUL**

L E G E
privind publicitatea

PARLAMENTUL ROMÂNIEI ADOPTĂ PREZENTA LEGE :

CAPITOLUL I

Dispoziții generale



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 general, împotriva publicității înșelătoare, a consecințelor negative ale publicității ca și stabilirea condițiilor în care este permisă publicitatea comparativă.

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

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 National al Audiovizualului, în baza Legii nr.48/1992 – Legea Audiovizualului, precum si prevederilor prezentei legi.

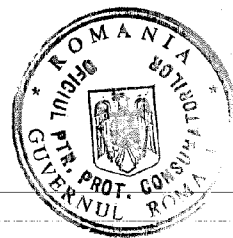
Art.4 . În sensul prezentei legi, următorii termeni se definesc astfel :

- (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 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 această activitate, inclusiv ai agențiilor de publicitate și media.

Art.5. Publicitatea trebuie să fie decentă, corectă și să fie elaborată în spiritul responsabilității sociale.

Art.6. Se interzice publicitatea care:

- (1) este înșelătoare ;
- (2) este subliminală ;
- (3) prejudiciază respectul pentru demnitatea umană și morala publică ;



- (4) include discriminări bazate pe rasă, sex, limbă, origine socială, identitate etnică sau naționalitate ;
- (5) atentează la convingerile religioase sau politice ;
- (6) aduce prejudicii onoarei, demnității și vieții particulare a persoanelor ;
- (7) exploatează superstiții, credulitatea sau frica persoanelor ;
- (8) prejudiciază securitatea persoanelor sau incită la violență;
- (9) încurajază un comportament care prejudiciază mediul înconjurător.
- (10) favorizează comercializarea unor bunuri sau servicii, deși acestea prezintă abateri de la legislația în vigoare sau care sunt produse ori distribuite contrar prevederilor legale ;

CAPITOLUL II

Publicitate înșelătoare



Art.7. Pentru determinarea caracterului înșelător al publicității se vor lua în considerare toate caracteristicile acesteia și în mod deosebit elementele componente referitoare la:

- (1) caracteristicile bunurilor și serviciilor, ca: disponibilitatea, natura, modul de execuție, de ambalare, compoziția, metoda și data fabricației sau a aprovizionării, cât de mult corespund acestea scopului destinat, destinație, cantitate, parametri tehnico-funcționali, originea geografică sau comercială ori rezultatele testelor și încercărilor asupra bunurilor sau serviciilor, precum și rezultatele ce se așteaptă de la acestea;
- (2) prețul sau modul de calcul al prețului, precum și condițiile în care sunt distribuite produsele sau sunt prestate serviciile;
- (3) condițiile economice și juridice de achiziționare sau de prestare a serviciilor;
- (4) natura serviciilor ce urmează a fi asigurate după vânzarea produselor sau prestarea serviciilor;

- (5) natura, atribuțiile și drepturile celui care își face publicitate, cum ar fi : identitatea, capitalul social, calificarea, dreptul de proprietate industrială, comercială sau intelectuală, premii și distincții primite ;
- (6) omiterea unor informații esențiale cu privire la identificarea și caracterizarea bunurilor sau serviciilor cu scopul de a induce în eroare persoanele cărora le sunt adresate.

CAPITOLUL III

Publicitate comparativă

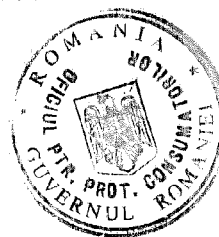


Art.8 . Publicitatea comparativă este permisă dacă, în ceea ce privește comparația, sunt îndeplinite următoarele condiții :

- (1) nu este înșelătoare potrivit prevederilor art.4 lit.b) și art.7 ;
- (2) compară bunuri sau servicii având același scop sau destinație ;
- (3) compară în mod obiectiv una sau mai multe caracteristici esențiale, relevante, verificabile și reprezentative – între care poate fi inclus și prețul – ale unor astfel de bunuri sau servicii ;
- (4) nu crează confuzie pe piață între cel care își face publicitate și un concurent sau între mărcile de comerț, denumirile comerciale sau alte semne distinctive, bunuri sau servicii ale celui care își face publicitate și cele aparținând unui concurent;
- (5) nu discreditează sau nu denigrează mărcile de comerț, denumirile comerciale, alte semne distinctive, bunuri, servicii, sau situația materială a unui concurent ;
- (6) pentru produsele având indicație geografică se compară, în fiecare caz, produse cu aceeași indicație;
- (7) nu profită în mod incorect de renumele unei mărci de comerț, denumirea comercială sau de alte semne distinctive ale unui concurent ori indicația geografică a unui produs al unui concurent ;
- (8) nu prezintă bunuri sau servicii drept imitații sau replici ale unor bunuri sau servicii purtând o marcă de comerț sau o denumire comercială protejate.

Art.9. Comparațiile care se referă la o ofertă specială trebuie să indice în mod clar și neechivoc data la care încetează oferta sau dacă este cazul, faptul că oferta specială se referă la stocul de bunuri sau servicii disponibil iar dacă oferta specială nu a început încă, data de începere a perioadei în care se aplică prețul special sau alte condiții specifice.

Art.10. Orice referire la preț trebuie să fie urmată de precizarea acestuia în unitatea monetară legală.



CAPITOLUL IV

Dispoziții speciale privind publicitatea anumitor produse

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.12. Se interzice publicitatea pentru băuturi alcoolice și pentru produse din tutun în incinta unităților de învățământ primar, gimnazial și preuniversitar și a unităților de asistență medicală sau la o distanță mai mică de 200 metri de intrarea acestora, măsurată pe drumul public.

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.14. Publicitatea pentru băuturile alcoolice și pentru produsele din tutun nu este permisă nici în condițiile în care :

- (1) se adresează minorilor ;
- (2) înfățișează minori consumând aceste produse ;

- (3) sugerează că băuturile alcoolice sau produsele din tutun sunt dotate cu proprietăți terapeutice sau că au un efect stimulant, sedativ sau că pot rezolva probleme personale ;
- (4) dă o imagine negativă despre abținere ;
- (5) evidențiază într-un mod nepotrivit conținutul în alcool al băuturilor alcoolice, sau face legătura între alcool și conducerea unui vehicul ;
- (6) nu conține inscripții avertisment în limba română, pentru produsele din tutun.

Textul avertismentului și dimensiunile acestuia vor fi stabilite prin ordin al Ministrului Sănătății, în termen de 30 de zile de la publicarea în Monitorul Oficial al României a prezentei legi.



Art.15. Se interzice publicitatea substanțelor stupefiante și psihotrope.

Art.16. Se interzice publicitatea, în alte locuri decât cele de comercializare, pentru orice tip de arme, muniții, explozivi, metode și mijloace pirotehnice cu excepția armelor destinate pentru vânătoare sau sport, și a celor de panoplie.

Art.17. Este interzisă publicitatea pentru produsele și serviciile destinate minorilor care:

- (1) conține elemente ce dăunează acestora din punct de vedere moral, intelectual sau psihic, influențându-le credulitatea sau spiritul de loialitate ;
- (2) încurajază în mod direct copiii să cumpere produse sau servicii profitând de lipsa de experiență sau de credulitatea lor ;
- (3) afectează relațiile speciale care există între minori, pe de o parte, și părinți sau cadre didactice , pe de altă parte;
- (4) prezintă în mod nejustificat minori în situații periculoase.

Art.18. Publicitatea este permisă numai pentru produsele medicamentoase care se eliberează fără prescripție medicală, pentru care materialele publicitare vor fi aprobate de Agenția Națională a Medicamentului.

CAPITOLUL V

Sanctiuni



Art.19. Producătorul de publicitate și reprezentantul legal al mediului de difuzare răspund solidar cu persoana care își face publicitate în cazul încălcării prevederilor prezentei legi, cu excepția încălcării dispozițiilor cuprinse în art. 6 lit.a) , când răspunderea revine numai persoanei care își face publicitate.

Art. 20. Dacă persoana care își face publicitate nu are sediul în România sau dacă nu poate fi identificată, răspunderea revine, după caz, reprezentantului său legal în România, producătorului de publicitate sau reprezentantului legal al mediului de difuzare.

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.22. În cazul în care documentele nu sunt furnizate în termen de trei zile de la solicitare sau dacă sunt considerate insuficiente, afirmațiile din anunțul publicitar în cauză vor fi considerate inexacte.

Art.23. Prezenta lege nu exclude autocontrolul publicității de către organizațiile profesionale cu rol de autoreglementare în domeniul publicității, cât și dreptul persoanelor de a se adresa direct acestor organizații.

Art.24. Încălcarea prevederilor prezentei legi atrage răspunderea materială, civilă, contravențională sau penală, după caz.

Art.25. Constituie contravenții, dacă nu au fost săvârșite în astfel de condiții încât potrivit legii penale să fie considerate infracțiuni și se sancționează după cum urmează :



- (1) încălcarea prevederilor art.10,16,17 și 18 cu amendă de la 5.000.000 lei la 15.000.000 lei ;
- (2) încălcarea prevederilor art.6, 8, 9, 11, 12, 13, 14 și 15 cu amendă de la 15.000.000 lei la 40.000.000 lei.

Sancțiunile se pot aplica și persoanelor juridice.

Art.26. Constatarea contravențiilor și aplicarea sancțiunilor prevăzute la art.25 se fac de către 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.

Organele administrației publice abilitate potrivit prezentei legi pot solicita organizațiilor 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.

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.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.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.



CAPITOLUL VI

Dispoziții finale

Art. 30. Guvernul la propunerea organelor sale de specialitate va aproba în baza prezentei legi reglementări specifice privind publicitatea, cu excepția celei din cadrul programelor audiovizuale, radiodifuzate sau transmise prin cablu.

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.

PREȘEDINTELE CAMEREI DEPUTAȚILOR

PREȘEDINTELE SENATULUI

ION DIACONESCU

PETRE ROMAN