

PUBLICITATEA

Prezentarea de față are în vedere prevederile legale în vigoare la data de 31.03.2004

Legislație aplicabilă în domeniu

- Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 55/1999 pentru interzicerea publicității produselor din tutun în sălile de spectacol și interzicerea vânzării produselor din tutun minorilor – republicată în M.Of. nr. 461/21.09.2000, modificată și completată de:
 - *Legea 125/2001 privind modificarea și completarea art. 1 din Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 55/1999 pentru interzicerea publicității produselor din tutun în sălile de spectacol și interzicerea vânzării produselor din tutun minorilor, publicată în M.Of. 170/04.04.2001*
 - *Legea 255/2000, M.Of. 629 din 05-dec-2000 privind modificarea alin. 2 al art. 2 din Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 55/1999 pentru interzicerea publicității produselor din tutun în sălile de spectacol și interzicerea vânzării produselor din tutun minorilor*
- Legea nr. 151/2000 privind aprobarea Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 55/1999 pentru interzicerea publicității produselor din tutun în sălile de spectacol și interzicerea vânzării produselor din tutun minorilor, publicată în M.Of. nr. 354/28.07.2000
- Ordinul ministrului finanțelor nr. 519/1999 privind aprobarea Normelor metodologice de aplicare a Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 55/1999 pentru interzicerea publicității produselor din tutun în sălile de spectacol și interzicerea vânzării produselor din tutun minorilor, publicat în M.Of. nr. 383/12.08.1999
- Decizia președintelui Consiliului Național al Audiovizualului nr. 65/2000 privind adoptarea Normelor obligatorii pentru publicitate, teleshopping și sponsorizare în domeniul audiovizualului, publicată în M.Of. nr. 352/27.07.2000 modificată și completată de *Decizia 19/2002 pentru modificarea și completarea Deciziei Consiliului Național al Audiovizualului nr. 65/2000 privind adoptarea Normelor obligatorii pentru publicitate, teleshopping și sponsorizare în domeniul audiovizualului*
- Legea nr. 148/2000 privind publicitatea, publicată în M.Of. nr. 359/02.08.2000 modificată și completată de:

- *Legea 283/2002 pentru modificarea și completarea Legii nr. 148/2000 privind publicitatea, publicată în M.Of. 368/31.05.2002*
- *Ordonanța Guvernului 17/2003 pentru modificarea art. 8 lit. e) din Legea nr. 148/2000 privind publicitatea, publicată în M.Of. 64/02.02.2003*
- Ordinul ministrului sănătății nr. 853/2000 privind stabilirea textului și dimensiunilor inscripțiilor-avertisment ale formelor de publicitate referitoare la produsele din tutun, publicat în M.Of. nr. 602/24.11.2000
- Ordinul ministrului sănătății și familiei nr. 263/2003 pentru aprobarea Reglementărilor privind autorizarea de punere pe piață, supravegherea, publicitatea, etichetarea și prospectul produselor medicamentoase de uz uman, publicat în M.Of. nr. 336/19.05.2003
- Decizia președintelui Consiliului Național al Audiovizualului nr. 123/2003 privind publicitatea și teleshoppingul, publicată în M.Of. nr. 479/04.07.2003 modificată de Decizia președintelui Consiliului Național al Audiovizualului nr. 17/2004

I. Domeniul de aplicare al dispozițiilor legale privind publicitatea

Prevederile Legii nr. 148/2000 cu modificările și completările ulterioare, se aplică conținutului materialelor publicitare și mesajelor publicitare transmise de acestea, oricare ar fi mijlocul de comunicare ce face posibil transferul informației.

Dispozițiile legale prevăzute se aplică persoanelor fizice sau juridice care pot fi autor, realizator de publicitate, reprezentant legal al mijlocului de difuzare, persoana care își face publicitate.

Scopul instituirii acestor norme legale este protecția consumatorilor de produse și servicii, protecția persoanelor care desfășoară o activitate de producție, de comerț, prestează un serviciu sau practică o meserie ori o profesie, precum și protecția interesului public general împotriva publicității înșelătoare, a consecințelor negative ale publicității.

II. Autorități publice cu atribuții în domeniu

Autorități publice cu atribuții în domeniu sunt: Ministerul Sănătății, Oficiul pentru Protecția Consumatorului, Oficiul Concurenței, Consiliul Național al Audiovizualului.

III. Forme interzise de publicitate

1. Publicitatea înșelătoare

Este considerată a fi publicitate înșelătoare orice publicitate care, în orice fel, inclusiv prin modul de prezentare, induce sau poate induce în eroare orice persoană căreia i se adresează sau care ia contact cu aceasta și îi poate afecta comportamentul economic, lezându-i interesul de consumator, sau care poate leza interesele unui concurent.

2. Publicitatea comparativă

Este publicitate comparativă orice publicitate care identifică explicit sau implicit un concurent sau bunurile ori serviciile oferite de acesta. Această formă de publicitate este permisă de norma legală cu anumite restricții.

Astfel, este interzisă publicitatea comparativă, dacă:

- comparația este înșelătoare, în sensul că poate induce în eroare persoana căreia îi este adresată sau îi influențează comportamentul economic.
- se compară bunuri sau servicii având scopuri sau destinații diferite
- nu se compară, în mod obiectiv, una sau mai multe caracteristici esențiale, relevante, verificabile și reprezentative ale unor bunuri sau servicii
- se creează 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;
- se discreditează sau se denigrează mărcile de comerț, denumirile comerciale, alte semne distinctive, bunuri, servicii sau activități sau circumstanțe ale unui concurent;
- nu se compară, în fiecare caz, produse cu aceeași indicație, în cazul produselor care au indicație geografică;
- se profită în mod incorect de renumele unei mărci de comerț, de denumirea comercială sau de alte semne distinctive ale unui concurent ori de indicația geografică a unui produs al unui concurent;
- se prezintă bunuri sau servicii drept imitații sau replici ale unor bunuri sau servicii purtând o marcă de comerț sau o denumire comercială protejată;
- se încalcă orice alte prevederi ale Legii concurenței nr.21/1996.

Precizare

Potrivit prevederilor legale în vigoare este interzisă publicitatea care:

- a) este înșelătoare;
- b) este subliminală;
- c) prejudiciaza respectul pentru demnitatea umană și morala publică;
- d) include discriminări bazate pe rasă, sex, limbă, origine, origine socială, identitate etnică sau naționalitate;

- e) atentează la convingerile religioase sau politice;
- f) aduce prejudicii imaginii, onoarei, demnității și vieții particulare a persoanelor;
- g) exploatează superstițiile, credulitatea sau frica persoanelor;
- h) prejudiciază securitatea persoanelor sau incită la violență;
- i) încurajează un comportament care prejudiciază mediul înconjurător;
- j) favorizează comercializarea unor bunuri sau servicii care sunt produse ori distribuite contrar prevederilor legale.

IV. Dispoziții cu privire la publicitatea anumitor produse și servicii

1. Publicitatea pentru produsele din tutun și pentru băuturile alcoolice

Potrivit Legii nr.148/2000 cu modificările și completările ulterioare este interzisă publicitatea explicită pentru produsele din tutun:

- a) difuzată în cadrul programelor de radiodifuziune și televiziune;
- b) pe prima și pe ultima copertă sau pagină din materialele tipărite în presa scrisă;
- c) pe biletele de călătorie pentru transportul public.

De asemenea este interzisă orice formă de publicitate a produselor din tutun în sălile de spectacol, înainte, în timpul și după spectacolele destinate minorilor, precum și înainte, în timpul și după spectacolele destinate adulților și desfășurate între orele 5,00 – 20,00.

Toate formele de publicitate referitoare la produsele din tutun trebuie să poarte inscripții de avertisment în limba română. Textul avertismentului general este: "Tutunul dăunează grav sănătății", însoțit deasupra de inscripția: "Directiva Consiliului CE 89/622/CEE".

Este interzisă publicitatea pentru băuturile alcoolice și pentru produsele din tutun :

- în incinta unităților de învățământ și a unităților de asistență medicală sau la o distanță mai mică de 200 metri de intrarea acestora, măsurată pe drum public ;
- în publicații destinate în principal minorilor,

Este interzisă publicitatea explicită pentru băuturile alcoolice:

- a) pe prima și pe ultima copertă sau pagină din materialele tipărite în presa scrisă;
- b) pe biletele de călătorie pentru transportul public.

Băuturi alcoolice distilate

În cadrul serviciilor de programe de televiziune este interzisă, în intervalul orar 6,00-22,00, orice formă de publicitate la băuturi alcoolice distilate.

În cadrul serviciilor de programe de radiodifuziune sonoră este interzisă orice formă de publicitate la băuturi alcoolice distilate în următoarele intervale orare:

- a) 6,00-8,00 și 10,00-22,00, în zilele de luni până vineri;
- b) 6,00-22,00, sâmbăta și duminica.

Calupurile publicitare în care se promovează produsele din alcool distilat se vor încheia cu avertismentul "Consumul excesiv de alcool dăunează grav sănătății".

2. Produsele alimentare

Nu se vor atribui alimentelor proprietăți de prevenire, tratare sau vindecare a bolilor și nu se vor face referiri la astfel de proprietăți; sunt exceptate de la această interdicție apele minerale naturale, care sunt utilizate ca medicamente sau în scopuri curative în stațiunile balneare.

Ilustrarea cu fructe și/sau porțiuni vegetale nu este permisă decât în cazul în care fructele (sau părți de fruct - suc de fructe, pulpă de fruct) și/sau porțiunile vegetale sunt înscrise pe eticheta produsului și se regăsesc în conținutul său în proporție de minimum 4%. În cazul utilizării la fabricarea alimentelor numai a aromelor se interzice ilustrarea, desenarea sau orice alte forme de reprezentare a fructelor și/sau a porțiunilor vegetale.

3. Arme, muniții, explozivi

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 vânătorii sau sportului și a celor de panoplie.

4. Substanțe stupefiante și psihotrope

Este interzisă publicitatea substanțelor stupefiante și psihotrope.

5. Produse medicamentoase

Pentru produsele medicamentoase este permisă publicitatea numai pentru acele produse care se eliberează fără prescripție medicală. Reclama va avertiza publicul dacă produsele eliberate fără prescripție medicală conțin substanțe care pot dauna sănătății.

Este interzisă publicitatea la produsele medicamentoase care conțin substanțe psihotrope sau narcotice, în sensul convențiilor internaționale.

Publicitatea pentru produsele medicamentoase trebuie să încurajeze folosirea rațională a acestora, să le prezinte în mod obiectiv, fără a le exagera calitățile terapeutice.

Nu este permisă prezentarea și recomandarea produselor medicamentoase, vitamine, suplimente alimentare, nutrienți, suplimente nutritive și tratamente medicale de către personalitățile vieții publice, culturale, științifice, sportive.

6. Produsele destinate minorilor

Este interzisă, pentru produsele și serviciile destinate minorilor, publicitatea care:

- a) conține elemente ce dăunează acestora din punct de vedere fizic, moral, intelectual sau psihic;
- b) încurajează în mod indirect copiii să cumpere produse sau servicii, profitând de lipsa de experiență sau de credulitatea lor;

- c) afectează relațiile speciale care există între minori, pe de o parte, și părinți sau cadre didactice, pe de altă parte;
- d) prezintă, în mod nejustificat, minori în situații periculoase.

7. Exercițarea unor profesii

Este interzisă publicitatea pentru :

- cabinetele notariale și pentru orice formă de exercitare a profesiei de avocat ;
- promovarea executorilor judecătorești și a experților judiciari;
- cabinetele medicale private.

V. Sancțiuni aplicabile în cazul încălcării prevederilor legale în domeniul publicității

Încălcarea prevederilor legale în domeniul publicității se sancționează potrivit prevederilor Legii nr. 148/2000 cu modificările și completările ulterioare.

Constituie contravenții, dacă nu au fost săvârșite în astfel de condiții încât, potrivit legii penale, să fie considerate infracțiuni, și se sancționează cu amendă de la 5.000.000 lei la 15.000.000 lei, încălcarea obligațiilor ce revin în domeniul publicității:

- armelor, munițiilor, expozivilor,
- produselor și serviciilor destinate minorilor;
- produselor medicamentoase care se eliberează fără prescripție medicală.

Constituie contravenții, dacă nu au fost săvârșite în astfel de condiții încât, potrivit legii penale, să fie considerate infracțiuni, și se sancționează cu amendă de la 15.000.000 lei la 40.000.000 lei, încălcarea dispozițiilor legale cu privire la formele interzise de publicitate, obligațiilor ce revin în domeniul publicității produselor din tutun, băuturile alcoolice, substanțelor stupefiante și psihotrope.

Sancțiunile prevăzute se pot aplica și persoanelor juridice.

Contravențiile prevăzute se constată și se sancționează la sesizarea persoanelor prejudiciate ori a asociațiilor de consumatori sau din oficiu, în funcție de fapta săvârșită de către reprezentanții împuterniciți ai Oficiului pentru Protecția Consumatorilor, reprezentanții împuterniciți ai administrației publice locale, reprezentanții împuterniciți ai Oficiului Concurenței, reprezentanții împuterniciți ai Ministerului Sănătății, reprezentanții împuterniciți ai Consiliului Național al Audiovizualului.

Instituțiile și autoritățile prevăzute pot dispune, o dată cu aplicarea sancțiunii contravenționale, următoarele măsuri, după caz:

- a) interzicerea publicității, în cazul în care a fost difuzată sau urmează să fie difuzată;

- b) încetarea publicității până la data corectării ei;
- c) publicarea deciziei autorității publice, în totalitate sau parțial, și stabilirea modului în care urmează să se realizeze;
- d) publicarea pe cheltuiala contravenientului a unuia sau mai multor anunțuri rectificative, cu fixarea conținutului și a modului de difuzare.