LEGE Nr. 148 din 26 iulie 2000

privind publicitatea

*Text în vigoare începând cu data de 27 iulie 2008*

*REALIZATOR: COMPANIA DE INFORMATICĂ NEAMŢ*

*Text actualizat prin produsul informatic legislativ LEX EXPERT în baza actelor normative modificatoare, publicate în Monitorul Oficial al României, Partea I, până la 24 iulie 2008.*

***Act de bază***

**#B**: *Legea nr. 148/2000*

***Acte modificatoare***

**#M1**: *Legea nr. 283/2002*

**#M2**: *Ordonanţa Guvernului nr. 17/2003*

**#M3**: *Ordonanţa Guvernului nr. 90/2004*

**#M4**: *Legea nr. 457/2004*

**#M5**: *Legea nr. 158/2008*

*Modificările şi completările efectuate prin actele normative enumerate mai sus sunt scrise cu font italic. În faţa fiecărei modificări sau completări este indicat actul normativ care a efectuat modificarea sau completarea respectivă, în forma* ***#M1****,* ***#M2*** *etc.*

**#CIN**

*NOTE:*

*1. În textul actualizat, toate sumele exprimate anterior în lei vechi au fost transformate în lei noi.*

*2. A se vedea şi cap. 6 - Taxa pentru folosirea mijloacelor de reclamă şi publicitate - din titlul IX al Legii nr. 571/2003 privind Codul fiscal.*

**#B**

Parlamentul României adoptă prezenta lege.

CAP. 1

Dispoziţii generale

**#M5**

ART. 1

*Prezenta lege are drept scop protecţia consumatorilor de produse şi servicii, protecţia persoanelor care desfăşoară o activitate de producţie, de comerţ, prestează un serviciu sau practică o meserie ori o profesie.*

**#M5**

*ART. 2 \*\*\* Abrogat*

*ART. 3 \*\*\* Abrogat*

**#B**

ART. 4

În sensul prezentei legi, următorii termeni se definesc astfel:

**#M5**

*a) \*\*\* Abrogată*

*b) \*\*\* Abrogată*

*c) \*\*\* Abrogată*

**#B**

d) publicitate subliminală - orice publicitate care utilizează stimuli prea slabi pentru a fi percepuţi în mod conştient, dar care pot influenţa comportamentul economic al unei persoane;

e) persoană - orice persoană fizică sau juridică;

f) minor - orice persoană fizică în vârstă de până la 18 ani.

**#M5**

*g) \*\*\* Abrogată*

**#B**

ART. 5

Publicitatea trebuie să fie decentă, corectă şi să fie elaborată în spiritul responsabilităţii sociale.

ART. 6

Se interzice publicitatea care:

**#M5**

*a) \*\*\* Abrogată*

**#B**

b) este subliminală;

c) prejudiciază respectul pentru demnitatea umană şi morala publică;

d) include discriminări bazate pe rasă, sex, limbă, origine, origine socială, identitate etnică sau naţionalitate;

e) atentează la convingerile religioase sau politice;

f) aduce prejudicii imaginii, onoarei, demnităţii şi vieţii particulare a persoanelor;

g) exploatează superstiţiile, credulitatea sau frica persoanelor;

h) prejudiciază securitatea persoanelor sau incită la violenţă;

i) încurajează un comportament care prejudiciază mediul înconjurător;

j) favorizează comercializarea unor bunuri sau servicii care sunt produse ori distribuite contrar prevederilor legale.

CAP. 2

Publicitate înşelătoare şi publicitate comparativă

**#M5**

*ART. 7 \*\*\* Abrogat*

*ART. 8 \*\*\* Abrogat*

**#B**

ART. 9

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

CAP. 3

Dispoziţii speciale privind publicitatea anumitor produse

ART. 10

Se interzice publicitatea explicită pentru produsele din tutun:

a) difuzată în cadrul programelor de radiodifuziune şi televiziune;

**#M4**

*b) \*\*\* Abrogată*

**#B**

c) pe biletele de călătorie pentru transportul public.

**#M1**

ART. 10^1

*Se interzice publicitatea explicită pentru băuturile alcoolice:*

*a) pe prima şi pe ultima copertă sau pagină din materialele tipărite în presa scrisă;*

*b) pe biletele de călătorie pentru transportul public.*

**#B**

ART. 11

Se interzice publicitatea pentru băuturile alcoolice şi pentru produsele din tutun în incinta unităţilor de învăţământ şi a unităţilor de asistenţă medicală sau la o distanţă mai mică de 200 metri de intrarea acestora, măsurată pe drum public.

ART. 12

Publicitatea pentru băuturi alcoolice şi pentru produsele din tutun nu este permisă în publicaţii destinate în principal minorilor, în sălile de spectacole înainte, în timpul şi după spectacolele destinate minorilor.

ART. 13

(1) Publicitatea pentru băuturile alcoolice şi pentru produsele din tutun nu este permisă nici în condiţiile în care:

a) se adresează minorilor;

b) înfăţişează minori consumând aceste produse;

c) sugerează că băuturile alcoolice sau produsele din tutun sunt dotate cu proprietăţi terapeutice sau că au un efect stimulativ, sedativ ori că pot rezolva probleme personale;

d) dă o imagine negativă despre abstinenţă;

e) evidenţiază conţinutul în alcool al băuturilor alcoolice, în scopul stimulării consumului, sau face legătura între alcool şi conducerea unui autovehicul;

f) nu conţine inscripţii-avertisment, în limba română, pentru produsele din tutun.

(2) Textul avertismentului şi dimensiunile acestuia vor fi stabilite prin ordin al ministrului sănătăţii, în termen de 30 de zile de la publicarea prezentei legi în Monitorul Oficial al României, Partea I.

**#M3**

ART. 13^1

*(1) Publicitatea la băuturile spirtoase, astfel cum sunt definite în Ordinul ministrului agriculturii, alimentaţiei şi pădurilor, al ministrului sănătăţii şi familiei şi al preşedintelui Autorităţii Naţionale pentru Protecţia Consumatorilor nr. 268/441/117/2003 pentru aprobarea Normelor privind definirea, descrierea şi prezentarea băuturilor spirtoase, publicat în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 573 din 11 august 2003, cu modificările ulterioare, este permisă numai în cazul celei difuzate prin intermediul presei scrise, al radioului, precum şi prin intermediul televiziunii.*

*(2) Difuzarea de publicitate la băuturile spirtoase în programele audiovizuale se realizează conform dispoziţiilor Deciziei Consiliului Naţional al Audiovizualului nr. 254/2004 privind publicitatea, sponsorizarea şi teleshoppingul, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 668 din 26 iulie 2004.*

**#B**

ART. 14

Se interzice publicitatea substanţelor stupefiante şi psihotrope.

ART. 15

Se interzice publicitatea, în alte locuri decât cele de comercializare, pentru orice tip de arme, muniţii, explozivi, metode şi mijloace pirotehnice, cu excepţia armelor destinate vânătorii sau sportului şi a celor de panoplie.

ART. 16

Pentru produsele şi serviciile destinate minorilor este interzisă publicitatea care:

a) conţine 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 experienţă sau de credulitatea lor;

c) afectează relaţiile speciale care există între minori, pe de o parte, şi părinţi sau cadre didactice, pe de altă parte;

d) prezintă, în mod nejustificat, minori în situaţii periculoase.

ART. 17

Publicitatea este permisă numai pentru produsele medicamentoase care se eliberează fără prescripţie medicală, pentru care materialele publicitare vor fi aprobate de Agenţia Naţională a Medicamentului.

CAP. 4

Sancţiuni

**#M5**

ART. 18

*Autorul, realizatorul de publicitate şi reprezentantul legal al mijlocului de difuzare răspund solidar cu persoana care îşi face publicitate, în cazul încălcării prevederilor prezentei legi.*

**#B**

ART. 19

Dacă persoana care îşi face publicitate nu are sediul în România sau dacă nu poate fi identificată, răspunderea revine, după caz, reprezentantului său legal în România, autorului, realizatorului de publicitate sau reprezentantului legal al mijlocului de difuzare.

ART. 20

(1) Persoana care îşi face publicitate trebuie să fie în măsură să probeze exactitatea afirmaţiilor, indicaţiilor sau prezentărilor din anunţul publicitar şi este obligată, la solicitarea reprezentanţilor instituţiilor şi autorităţilor prevăzute la art. 24, să furnizeze documentele care să probeze exactitatea acestora.

(2) În cazul în care documentele nu sunt furnizate în termen de maximum 7 zile de la solicitare sau dacă sunt considerate insuficiente, afirmaţiile din anunţul publicitar în cauză vor fi considerate inexacte.

ART. 21

Prezenta lege nu exclude autocontrolul publicităţii de către organizaţiile profesionale cu rol de autoreglementare în domeniul publicităţii şi nici dreptul persoanelor de a se adresa direct acestor organizaţii.

ART. 22

Încălcarea prevederilor prezentei legi atrage răspunderea materială, civilă, contravenţională sau penală, după caz.

ART. 23

(1) Constituie contravenţii, dacă nu au fost săvârşite în astfel de condiţii încât, potrivit legii penale, să fie considerate infracţiuni, şi se sancţionează după cum urmează:

a) încălcarea prevederilor art. 15 - 17, cu amendă de la 500 lei la 1.500 lei;

**#M5**

*b) încălcarea prevederilor art. 9 - 14, cu amendă de la 1.500 lei la 4.000 lei.*

**#B**

(2) Sancţiunile se pot aplica şi persoanelor juridice.

ART. 24

(1) Contravenţiile prevăzute la art. 23 se constată şi se sancţionează la sesizarea persoanelor prejudiciate ori a asociaţiilor de consumatori sau din oficiu, de către:

**#M5**

*a) reprezentanţii împuterniciţi ai Oficiului pentru Protecţia Consumatorilor, în cazul încălcării prevederilor art. 9 şi ale art. 13 lit. a) şi b);*

**#B**

b) reprezentanţii împuterniciţi ai administraţiei publice locale, pentru încălcarea prevederilor art. 6 lit. c), d), e), f), g) şi i), ale art. 10 lit. c), ale art. 11, ale art. 13 lit. f) şi ale art. 15;

c) reprezentanţii împuterniciţi ai Oficiului Concurenţei, pentru încălcarea prevederilor art. 8 lit. d), e), f), g), h) şi i);

d) reprezentanţii împuterniciţi ai Ministerului Sănătăţii, pentru încălcarea prevederilor art. 13 lit. c), d), e) şi f) şi ale art. 14, 16 şi 17;

**#M5**

*e) reprezentanţii împuterniciţi ai Consiliului Naţional al Audiovizualului, pentru încălcarea prevederilor art. 10 lit. a).*

**#B**

(2) Organele abilitate să constate şi să sancţioneze contravenţiile pot solicita organizaţiilor profesionale cu rol de autoreglementare prevăzute la art. 21 formularea unui punct de vedere de specialitate.

ART. 25

Instituţiile şi autorităţile prevăzute la art. 24 pot dispune, o dată cu aplicarea sancţiunii contravenţionale, următoarele măsuri, după caz:

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

b) încetarea publicităţii până la data corectării ei;

c) publicarea deciziei autorităţii publice, în totalitate sau parţial, şi stabilirea modului în care urmează să se realizeze;

d) publicarea pe cheltuiala contravenientului a unuia sau mai multor anunţuri rectificative, cu fixarea conţinutului şi a modului de difuzare.

ART. 26

Contravenţiilor prevăzute la art. 23 le sunt aplicabile şi dispoziţiile Legii nr. 32/1968 privind stabilirea şi sancţionarea contravenţiilor, cu modificările ulterioare, cu excepţia art. 25 - 27 din respectiva lege, precum şi cele ale Legii nr. 11/1991 privind combaterea concurenţei neloiale.

CAP. 5

Dispoziţii finale

ART. 27

Guvernul, la propunerea organelor sale de specialitate, va aproba, în baza prezentei legi, reglementări specifice privind publicitatea, cu excepţia celei din cadrul programelor audiovizuale.

ART. 28

(1) Prezenta lege intră în vigoare în termen de 90 de zile de la publicarea ei în Monitorul Oficial al României, Partea I.

(2) Pe data intrării în vigoare a prezentei legi se abrogă orice dispoziţii contrare.

**#CIN**

*NOTĂ:*

*Reproducem mai jos dispoziţiile finale din Legea nr. 158/2008 (****#M1****).*

*"Prezenta lege transpune integral prevederile Directivei 2006/114/CE a Parlamentului European şi a Consiliului Uniunii Europene din data de 12 decembrie 2006, publicată în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene (JOUE) nr. L376 din 27 decembrie 2006."*

**#B**

---------------