

# Legea nr. 158/2008

Legea nr. 158/2008 privind publicitatea inelatoare si publicitatea comparativa Legea nr. 158/2008 privind publicitatea inelatoare si publicitatea comparativa a fost publicata in Monitorul Oficial, Partea I, nr. 559 din 24.07.2008.

Parlamentul Romaniei adopta prezenta lege.

## CAPITOLUL I

### Dispozitii generale

Art. 1. - Prezenta lege are drept scop protectia comerciantilor impotriva publicitatii inelatoare si a consecintelor defavorabile ale acesteia, precum si stabilirea conditiilor in care publicitatea comparativa este permisa.

Art. 2. - (1) Dispozitiile prezentei legi se aplica continutului materialelor publicitare si mesajelor publicitare, oricare ar fi mijlocul de comunicare ce face posibil transferul informatiei.

(2) Comunicatiilor audiovizuale comerciale difuzate in cadrul serviciilor de programe audiovizuale le sunt aplicabile prevederile prezentei legi, ale Legii audiovizualului nr. 504/2002, cu modificarile si completarile ulterioare, precum si normele de reglementare emise in aplicarea acesteia.

Art. 3. - In sensul prezentei legi, termenii si expresiile de mai jos au urmatoarea semnificatie:

- a) publicitate - orice forma de prezentare a unei activitati comerciale, industriale, artisanale sau liberale, in scopul promovarii vanzarii de bunuri ori servicii, inclusiv bunuri imobile, drepturi si obligatii;
- b) publicitate inelatoare - publicitatea care, in orice mod, inclusiv prin modul de prezentare, induce sau poate induce in eroare persoanele carora i se adreseaza ori care iau contact cu aceasta si care, din cauza caracterului inelator, poate afecta comportamentul economic al acestora sau care, din acest motiv, prejudiciaza ori poate prejudicia un concurent;
- c) publicitate comparativa - publicitatea care identifica in mod explicit sau implicit un concurent ori bunuri sau servicii oferite de acesta;
- d) comerciant - persoana fizica sau juridica ce actioneaza in scopuri care se incadreaza in activitatea sa comerciala, industriala, artisanala ori liberala si orice persoana care actioneaza in numele si pe seama comerciantului;
- e) responsabil de cod - orice entitate, inclusiv un comerciant sau un grup de comercianti, responsabila cu formularea si revizuirea unui cod de conduita si/sau cu monitorizarea conformitatii cu codul de catre cei care si-au luat angajamentul de a-l respecta;
- f) cod de conduita - acordul sau ansamblul de reguli care nu este impus prin legislatie ori dispozitii administrative si care defineste comportamentul comerciantilor care se angajeaza sa il respecte cu privire la una sau mai multe practici comerciale ori la unul sau mai multe sectoare de activitate;
- g) comunicatie comerciala audiovizuala - imaginea, cu sau fara sunet, care este destinata sa promoveze, direct sau indirect, bunurile, serviciile ori imaginile unei persoane fizice sau juridice care desfasoara o activitate economica. Imaginile respective insotesc sau sunt incluse intr-un program in schimbul unei plati ori retributii similare sau in scopul autopromovarii. Formele de comunicatii comerciale audiovizuale includ, printre altele, publicitatea televizata, sponsorizarea, teleshoppingul si pozitionarea de produse prin servicii de programe audiovizuale.

## CAPITOLUL II

### Publicitatea inelatoare si publicitatea comparativa

Art. 4. - Publicitatea inelatoare este interzisa.

Art. 5. - Pentru a determina daca publicitatea este inelatoare trebuie sa se ia in considerare toate aspectele acesteia, in special orice informatie continuta de aceasta cu privire la:

- a) caracteristicile bunurilor sau serviciilor, cum sunt: disponibilitatea, natura, modul de executie, compozitia, metoda si data fabricatiei bunurilor ori a prestarii serviciilor, daca acestea corespund scopului lor, destinatia, cantitatea, parametrii tehnico-functionali, originea geografica sau comerciala, rezultatele asteptate ca urmare a utilizarii lor ori rezultatele si caracteristicile esentiale ale testelor sau ale controalelor efectuate asupra bunurilor ori a serviciilor;
- b) pretul sau modul de calcul al pretului si conditiile in care se distribuie bunurile ori se presteaza serviciile;
- c) natura, atributiile si drepturile comerciantului care isi face publicitate, cum ar fi: identitatea si bunurile sale, calificarile si detinerea drepturilor de proprietate industriala, comerciala sau intelectuala ori premiile si distinctiile acestuia.

Art. 6. - Publicitatea comparativa este considerata legala daca indeplineste, in mod cumulativ, urmatoarele conditii:

- a) nu este inelatoare, potrivit dispozitiilor art. 3 lit. b) si ale art. 5 din prezenta lege, precum si ale art. 5-7 din Legea nr. 363/2007 privind combaterea practicilor incorecte ale comerciantilor in relatia cu consumatorii si armonizarea reglementarilor cu legislatia europeana privind protectia consumatorilor;
- b) compara bunuri sau servicii care raspund acelorasi nevoi ori sunt destinate acelorasi scopuri;
- c) compara, in mod obiectiv, una sau mai multe caracteristici esentiale, relevante, verificabile si reprezentative ale respectivelor bunuri ori servicii, care pot include si pretul;
- d) nu discrediteaza sau denigreaza marcile, denumirile comerciale, alte semne distinctive, bunuri, servicii, activitati ori situatia unui concurent;

- e) in cazul produselor cu denumire de origine, se refera, in fiecare caz, la produse cu aceeasi denumire;
- f) nu profita in mod neloial de reputatia unei marci, a unei denumiri comerciale sau a altor semne distinctive ale unui concurent ori a denumirii de origine a produselor concurente;
- g) nu prezinta bunuri sau servicii ca imitatii ori reproduceri ale bunurilor sau serviciilor purtand o marca ori o denumire comerciala protejata;
- h) nu creeaza confuzie intre comercianti, intre cel care isi face publicitate si un concurent sau intre marci, denumiri comerciale, alte semne distinctive, bunuri ori servicii ale celui care isi face publicitate si cele ale unui concurent.

### CAPITOLUL III

#### Sesizare, competenta, sanctiuni

Art. 7. - (1) In vederea combaterii si stoparii publicitatii inselatoare si a respectarii dispozitiilor privind publicitatea comparativa, persoanele fizice si juridice, asociatiile si organizatiile care au un interes legitim pot sa sesizeze Ministerul Economiei si Finantelor sau, dupa caz, Consiliul National al Audiovizualului.

(2) La sesizarea persoanelor prevazute la alin. (1) sau din oficiu, Ministerul Economiei si Finantelor, prin reprezentantii sai, constata incalcarea dispozitiilor prevazute la art. 4 si 6 si aplica sanctiunile corespunzatoare.

Art. 8. - Sesizarea adresata Ministerului Economiei si Finantelor poate fi indreptata:

- a) impotriva unuia sau a mai multor comercianti din acelasi sector economic;
- b) impotriva responsabilului de cod, in cazul in care respectivul cod incurajeaza nerespectarea dispozitiilor legale in materie.

Art. 9. - (1) La sesizarea persoanelor fizice si juridice, a asociatiilor si a organizatiilor care au interes legitim sau din oficiu, Ministerul Economiei si Finantelor, prin reprezentantii sai, va solicita comerciantului care isi face publicitate sa furnizeze toate dovezile necesare privind exactitatea afirmatiilor, a indicatiilor ori a prezentarilor din anuntul publicitar.

(2) Reprezentantii Ministerului Economiei si Finantelor solicita comerciantilor care isi fac publicitate, dovezi potrivit prevederilor alin. (1) si (3), luand in considerare interesele legitime ale acestor comercianti, precum si cele ale comerciantilor prejudiciati.

(3) Comerciantul care isi face publicitate este obligat sa puna la dispozitia reprezentantilor Ministerului Economiei si Finantelor, la termenele si in forma stabilite de acesta, toate documentele, datele si informatiile care sa probeze exactitatea afirmatiilor continute in anuntul publicitar.

(4) In cazul publicitatii comparative, comerciantul care isi face publicitate este obligat sa prezinte, cu celeritate, reprezentantilor Ministerului Economiei si Finantelor dovezile, documentele, datele si informatiile prevazute in prezentul articol.

(5) In cazul in care dovezile solicitate nu sunt prezentate de comerciant sau prezentarea dovezilor se face de catre acesta dupa expirarea termenului stabilit de Ministerul Economiei si Finantelor ori daca aceste dovezi sunt considerate incomplete sau insuficiente, afirmatiile din anuntul publicitar in cauza vor fi considerate inexacte.

Art. 10. - (1) Nerespectarea de catre comercianti a prevederilor art. 4 si 6 constituie contraventii si se sanctioneaza cu amenda de la 3.000 lei la 30.000 lei.

(2) Constatarea si aplicarea sanctiunilor prevazute la alin. (1) se fac de reprezentantii Ministerului Economiei si Finantelor.

Art. 11. - (1) In cazul in care se constata incalcarea de catre comerciantul care isi face publicitate a dispozitiilor prevazute la art. 4 si 6, tinand cont de toate interesele implicate in cauza si, in special, de interesul public, Ministerul Economiei si Finantelor poate dispune, odata cu aplicarea sanctiunii contravenionale prevazute la art. 10 alin.

(1), urmatoarele masuri complementare:

- a) incetarea publicitatii inselatoare sau a publicitatii comparative ilegale;
- b) interzicerea publicitatii inselatoare sau a publicitatii comparative care contravine prevederilor prezentei legi, in cazul in care nu a fost inca adusa la cunostinta publicului, inasa acest lucru este iminent.

(2) Masurile prevazute la alin. (1) se aplica fara a fi necesar sa existe o dovada a unui prejudiciu real, a intentiei ori a neglijentei celui care isi face publicitate.

(3) Masurile prevazute la alin. (1) vor fi luate prin intermediul unei proceduri accelerate, in sensul ca acestea vor fi indeplinite de comerciantul contravenient in termen de 5 zile de la data inmanarii sau a comunicarii procesului-verbal de constatare si de sanctionare a contraventiei prin care masurile au fost dispuse.

Art. 12. - (1) In vederea eliminarii efectelor de durata ale publicitatii inselatoare sau ale publicitatii comparative ilegale a carei incetare, respectiv interzicere, a fost dispusa printr-un proces-verbal de constatare si sanctionare a contraventiei, care nu a fost contestat, ori printr-o hotarare judecatoreasca ramasa definitiva si irevocabila prin care s-a dispus o astfel de masura, Ministerul Economiei si Finantelor, prin reprezentanti imputerniciti, va solicita comerciantului in cauza:

a) publicarea procesului-verbal de constatare si sanctionare a contraventiei sau a hotararii judecatoresti, integral ori in extras;

b) publicarea unei declaratii rectificative care sa cuprinda datele de identificare a comerciantului contravenient, contraventia savarsita, data la care a fost savarsita, precum si masurile dispuse.

(2) Publicarea se va face, in toate cazurile, de catre si pe cheltuiala comerciantului contravenient, atat prin intermediul unui ziar de larga circulatie, cat si prin intermediul mijlocului de comunicare folosit pentru difuzarea anuntului publicitar interzis, in termen de 5 zile de la data comunicarii.

Art. 13. - (1) Nerespectarea masurilor prevazute la art. 12, precum si a obligatiei prevazute la art. 9 constituie contraventii si se sanctioneaza cu amenda de la 6.000 lei la 60.000 lei.

(2) Constatarea contravențiilor și aplicarea sancțiunilor prevazute la alin. (1) se fac de reprezentantii imputerniciți ai Ministerului Economiei și Finanelor.

Art. 14. - (1) În situația în care Ministerul Economiei și Finanelor dispune, potrivit dispozițiilor art. 11 alin. (1) lit. a), încetarea publicității înșelătoare sau a publicității comparative ilegale, acesta va comunica de îndată măsura respectivă Consiliului Național al Audiovizualului.

(2) Potrivit competențelor ce îi revin, Consiliul Național al Audiovizualului verifică dacă respectiva publicitate înșelătoare sau comparativă ilegală este difuzată printr-un serviciu de programe audiovizuale, în cadrul unei comunicatii comerciale audiovizuale.

(3) În situația prevăzută la alin. (2), Consiliul Național al Audiovizualului va dispune, prin decizie, potrivit competențelor ce îi revin, oprirea de la difuzare a respectivei comunicatii comerciale audiovizuale, va monitoriza aplicarea deciziei și, în caz de nerespectare, va aplica sancțiunile Legii nr. 504/2002, cu modificările și completările ulterioare.

(4) În situația în care Consiliul Național al Audiovizualului apreciază ca o comunicare comercială audiovizuală conține elementele unei publicități înșelătoare ori comparative ilegale, acesta va sesiza Ministerul Economiei și Finanelor.

Art. 15. - Prevederile art. 10, 11 și 13 referitoare la contravenții se completează cu dispozițiile Ordonanței Guvernului nr. 2/2001 privind regimul juridic al contravențiilor, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 180/2002, cu modificările și completările ulterioare, cu excepția prevederilor art. 28 și 29.

Art. 16. - (1) În cazul în care se constată ca faptele reclamate nu constituie publicitate înșelătoare sau, după caz, publicitate comparativă ilegală, Ministerul Economiei și Finanelor emite decizie motivată de respingere a sesizării.

(2) Decizia dată conform alin. (1) poate fi atacată în temeiul prevederilor Legii contenciosului administrativ nr. 554/2004, cu modificările și completările ulterioare.

Art. 17. - (1) În cazul încălcării dispozițiilor prezentei legi, răspunderea revine comerciantului beneficiar al anunțului publicitar.

(2) În cazul în care comerciantul care își face publicitate nu are sediul social în România, răspunderea revine reprezentantului sau legal în România.

Art. 18. - Dreptul de a sesiza faptele prevăzute la art. 4 și 6 se prescrie în termen de 3 luni de la data la care persoanele, asociațiile sau organizațiile care au un interes legitim, potrivit prevederilor prezentei legi, au luat cunoștința de anunț publicitar, dar nu mai târziu de 6 luni de la data apariției acestuia.

Art. 19. - (1) Prezenta lege nu exclude controlul voluntar al publicității de către organizațiile profesionale cu rol de autoreglementare în domeniul publicității și nici dreptul persoanelor fizice și juridice, al asociațiilor sau al organizațiilor interesate de a se adresa direct acestor organizații.

(2) În aplicarea dispozițiilor prezentei legi, Ministerul Economiei și Finanelor, respectiv Consiliul Național al Audiovizualului pot solicita organizațiilor profesionale cu rol de autoreglementare, prevăzute la alin. (1), formularea unui punct de vedere de specialitate.

## CAPITOLUL IV

### Dispoziții finale

Art. 20. - (1) În aplicarea dispozițiilor prezentei legi, Ministerul Economiei și Finanelor poate emite norme, care se aproba prin ordin al ministrului.

(2) În aplicarea dispozițiilor prezentei legi, Consiliul Național al Audiovizualului va emite norme de reglementare ce se aproba prin ordin al președintelui acestei autorități.

Art. 21. - Dispozițiile legislative, regulamentare și administrative adoptate de autoritățile române, precum și orice alte informații cu privire la publicitatea înșelătoare și comparativă se notifică de Ministerul Economiei și Finanelor către Comisia Europeană. Art. 22. - Prezenta lege se aplică fără a aduce atingere dispozițiilor privind publicitatea pentru anumite produse și/sau servicii, precum și restricțiilor sau interdicțiilor privind publicitatea în anumite medii, cuprinse în alte acte normative.

Art. 23. - Legea nr. 148/2000 privind publicitatea, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 359 din 2 august 2000, cu modificările și completările ulterioare, se modifică după cum urmează:

1. Articolul 1 va avea următorul cuprins:

"Art. 1. - Prezenta lege are drept scop 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."

2. Articolele 2 și 3 se abrogă.

3. La articolul 4, literele a), b), c) și g) se abrogă.

4. La articolul 6, litera a) se abroga.

5. Articolele 7 si 8 se abroga.

6. Articolul 18 va avea urmatorul cuprins:

"Art. 18. - Autorul, realizatorul de publicitate si reprezentantul legal al mijlocului de difuzare raspund solidar cu persoana care isi face publicitate, in cazul incalcarii prevederilor prezentei legi."

7. La articolul 23 alineatul (1), litera b) va avea urmatorul cuprins:

"b) incalcarea prevederilor art. 9-14, cu amenda de la 1.500 lei la 4.000 lei."

8. La articolul 24 alineatul (1), literele a) si e) vor avea urmatorul cuprins:

"a) reprezentantii imputerniciti ai Oficiului pentru Protectia Consumatorilor, in cazul incalcarii prevederilor art. 9 si ale art. 13 lit. a) si b);

.....  
e) reprezentantii imputerniciti ai Consiliului National al Audiovizualului, pentru incalcarea prevederilor art. 10 lit. a)."

\*

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

Aceasta lege a fost adoptata de Parlamentul Romaniei, cu respectarea prevederilor art. 75 si ale art. 76 alin. (2) din Constitutia Romaniei, republicata.

PRESEDINTELE CAMEREI DEPUTATILOR si PRESEDINTELE SENATULUI,  
BOGDAN OLTEANU

Bucuresti, 18 iulie 2008.

Nr. 158.