

## **Legea 148/2000 privind publicitatea**

Legea 148/2000 din 2000.08.02

Status: Acte în vigoare

Versiune de la: 27 iulie 2008

### **Intră în vigoare:**

2 noiembrie 2000

## **Legea 148/2000 privind publicitatea**

Data act: 26-iul-2000

**Emitent: Parlamentul**

**Parlamentul României** adoptă prezenta lege.

### **CAPITOLUL I: Dispoziții generale**

#### **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.

#### **Art. 4**

În sensul prezentei legi, următorii termeni se definesc astfel:

- d) publicitate subliminală - orice publicitate care utilizează stimuli prea slabi pentru a fi percepuți în mod conștient, dar care pot influența comportamentul economic al unei persoane;
- e) persoană - orice persoană fizică sau juridică;
- f) minor - orice persoană fizică în vârstă de până la 18 ani;

#### **Art. 5**

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

#### **Art. 6**

Se interzice publicitatea care:

- b) este subliminală;
- c) prejudiciază 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.

## **CAPITOLUL II: Publicitate înșelătoare și publicitate comparativă**

### **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 de 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.

## **CAPITOLUL III: Dispoziții speciale privind publicitatea anumitor produse**

### **Art. 10**

Se interzice publicitatea explicită pentru produsele din tutun:

- a) difuzată în cadrul programelor de radiodifuziune și televiziune;
- c) pe biletele de călătorie pentru transportul public.

### **Art. 10<sup>1</sup>**

Se interzice 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.

### **Art. 11**

Se interzice 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.

### **Art. 12**

Publicitatea pentru băuturi 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 destinate minorilor.

### **Art. 13**

**(1) Publicitatea pentru băuturile alcoolice și pentru produsele din tutun nu este permisă nici în condițiile în care:**

- a) se adresează minorilor;
- b) înfățișează minori consumând aceste produse;

- c) sugerează că băuturile alcoolice sau produsele din tutun sunt dotate cu proprietăți terapeutice sau că au un efect stimulator, sedativ ori că pot rezolva probleme personale;
- d) dă o imagine negativă despre abținere;
- e) evidențiază conținutul în alcool al băuturilor alcoolice, în scopul stimulării consumului, sau face legătura între alcool și conducerea unui vehicul;
- f) nu conține inscripții-avertisment, în limba română, pentru produsele din tutun.

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

### **Art. 13<sup>1</sup>**

(1) Publicitatea la băuturile spirtoase, astfel cum sunt definite în Ordinul ministrului agriculturii, alimentației și pădurilor, al ministrului sănătății și familiei și al președintelui Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor nr. 268/441/117/2003 pentru aprobarea Normelor privind definirea, descrierea și 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 și prin intermediul televiziunii.

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

### **Art. 14**

Se interzice publicitatea substanțelor stupefiante și psihotrope.

### **Art. 15**

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.

### **Art. 16**

Pentru produsele și serviciile destinate minorilor este interzisă 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.

### **Art. 17**

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 IV:Sancțiuni**

### **Art. 18**

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

### **Art. 19**

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, autorului, realizatorului de publicitate sau reprezentantului legal al mijlocului de difuzare.

### **Art. 20**

(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 instituțiilor și autorităților 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, afirmațiile din anunțul publicitar în cauză vor fi considerate inexacte.

### **Art. 21**

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

### **Art. 22**

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

### **Art. 23**

**(1)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:**

- a)încălcarea prevederilor art. 15-17, cu amendă de la 5.000.000 lei la 15.000.000 lei;
- b)încălcarea prevederilor art. 9-14, cu amendă de la 1.500 lei la 4.000 lei.

(2)Sancțiunile se pot aplica și persoanelor juridice.

### **Art. 24**

**(1)Contravențiunile prevăzute la art. 23 se constată și se sancționează la sesizarea 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. 9 și ale art. 13 lit. a) și b);
- b)reprezentanții împuterniciți ai administrației publice locale, pentru încălcarea prevederilor art. 6 lit. c), d), e), f), g) și i), ale art. 10 lit. c), ale art. 11, ale art. 13 lit. f) și ale art. 15;
- c)reprezentanții împuterniciți ai Oficiului Concurenței, pentru încălcarea prevederilor art. 8 lit. d), e), f), g), h) și i);
- d)reprezentanții împuterniciți ai Ministerului Sănătății, pentru încălcarea prevederilor art. 13 lit. c), d), e) și f) și ale art. 14, 16 și 17;
- e)reprezentanții împuterniciți ai Consiliului Național al Audiovizualului, pentru încălcarea prevederilor art. 10 lit. a).

(2)Organele abilitate să constate și să sancționeze contravențiunile pot solicita organizațiilor profesionale cu rol de autoreglementare prevăzute la art. 21 formularea unui punct de vedere de specialitate.

**Art. 25**

Instituțiile și autoritățile prevăzute la art. 24 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.

**Art. 26**

Contravențiilor prevăzute la art. 23 le sunt aplicabile și dispozițiile Legii nr. 32/1968 privind stabilirea și sancționarea contravențiilor, cu modificările ulterioare, cu excepția art. 25-27 din respectiva lege, precum și cele ale Legii nr. 11/1991 privind combaterea concurenței neloiale.

**CAPITOLUL V:Dispoziții finale**

**Art. 27**

Guvernul, la propunerea organelor sale de specialitate, va aproba, în baza prezentei legi, reglementări specifice privind publicitatea, cu excepția 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 dispoziții contrare.

\_\*\*\*\*\_

Această lege a fost adoptată de Camera Deputaților în ședința din 29 iunie 2000, cu respectarea prevederilor art. 74 alin.(2) din Constituția României.

p. PREȘEDINTELE CAMEREI DEPUTAȚILOR,
--------------------------------------

<b>MIRON TUDOR MITREA</b>
---------------------------

Această lege a fost adoptată de Senat în ședința din 29 iunie 2000, cu respectarea prevederilor art. 74 alin. (2) din Constituția României.

p. PREȘEDINTELE SENATULUI,
----------------------------

<b>ULM NICOLAE SPINEANU</b>
-----------------------------

Publicată în Monitorul Oficial cu numărul 359 din data de 2 august 2000