

Legea nr.148 din 26 iulie 2000 privind publicitatea

Publicata in Monitorul Oficial nr. 359/2 August 2000

(include modificarile aduse prin legea 283/2002, Ordonanta guvernului 17/2003, Ordonanta guvernului 90/2004, [Legea 457/2004](#) si Legea 258/2008)

CAPITOLUL I

Dispozitii 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. 2. - abrogat

Art. 3. - abrogat

Art. 4. - In sensul prezentei legi, urmatorii termeni se definesc astfel:

a) abrogat

b) abrogat

c) abrogat

d) publicitate subliminala - orice publicitate care utilizeaza stimuli prea slabi pentru a fi percepti in mod constient, dar care pot influenta comportamentul economic al unei persoane;

e) persoana - orice persoana fizica sau juridica;

f) minor - orice persoana fizica in varsta de pana la 18 ani;

g) abrogat

Art. 5. - Publicitatea trebuie sa fie decenta, corecta si sa fie elaborata in spiritul responsabilitatii sociale.

Art. 6. - Se interzice publicitatea care:

a) abrogat

b) este subliminala;

c) prejudiciaza respectul pentru demnitatea umana si morala publica;

d) include discriminari bazate pe rasa, sex, limba, origine, origine sociala, identitate etnica sau nationalitate;

e) atenteaza la convingerile religioase sau politice;

f) aduce prejudicii imaginii, onoarei, demnitatii si vietii particulare a persoanelor;

g) exploateaza superstitiile, credulitatea sau frica persoanelor;

h) prejudiciaza securitatea persoanelor sau incita la violenta;

i) incurajeaza un comportament care prejudiciaza mediul inconjurator;

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

CAPITOLUL II

Publicitate inselatoare si publicitate comparativa

Art. 7. - abrogat

Art. 8. - abrogat

Art. 9. - Comparatiile care se refera la o oferta speciala trebuie sa indice, in mod clar si neechivoc, data la care inceteaza oferta sau, daca este cazul, faptul ca oferta speciala se refera la stocul de bunuri sau de servicii disponibil, iar daca oferta speciala nu a inceput inca, data de incepere a perioadei in care se aplica pretul special sau alte conditii specifice.

CAPITOLUL III

Dispozitii speciale privind publicitatea anumitor produse

Art. 10. - Se interzice publicitatea explicita pentru produsele din tutun:

- a) difuzata in cadrul programelor de radiodifuziune si televiziune;
- b) pe prima si pe ultima coperta sau pagina din materialele tiparite in presa scrisa; (abrogat de la 31 Decembrie 2006 - vezi Legea 457/2004)
- c) pe biletele de calatorie pentru transportul public.

Art. 10¹. - Se interzice publicitatea explicita pentru bauturile alcoolice:

- a) pe prima si pe ultima coperta sau pagina din materialele tiparite in presa scrisa;
- b) pe biletele de calatorie pentru transportul public.

Art. 11. - Se interzice publicitatea pentru bauturile alcoolice si pentru produsele din tutun in incinta unitatilor de invatamant si a unitatilor de asistenta medicala sau la o distanta mai mica de 200 metri de intrarea acestora, masurata pe drum public.

Art. 12. - Publicitatea pentru bauturi alcoolice si pentru produsele din tutun nu este permisa in publicatii destinate in principal minorilor, in salile de spectacole inainte, in timpul si dupa spectacolele destinate minorilor.

Art. 13. - (1) Publicitatea pentru bauturile alcoolice si pentru produsele din tutun nu este permisa nici in conditiile in care:

- a) se adreseaza minorilor;
- b) infatiseaza minori consumand aceste produse;
- c) sugereaza ca bauturile alcoolice sau produsele din tutun sunt dotate cu proprietati terapeutice sau ca au un efect stimulat, sedativ ori ca pot rezolva probleme personale;
- d) da o imagine negativa despre abstinenta;
- e) evidentiaza continutul in alcool al bauturilor alcoolice, in scopul stimulării consumului, sau face legatura intre alcool si conducerea unui vehicul;
- f) nu contine inscriptii-avertisment, in limba romana, pentru produsele din tutun.

(2) Textul avertismentului si dimensiunile acestuia vor fi stabilite prin ordin al ministrului sanatatii, in termen de 30 de zile de la publicarea prezentei legi in Monitorul Oficial al Romaniei, Partea I.

Art. 13¹. - (1) Publicitatea la bauturile spirtoase, astfel cum sunt definite in Ordinul ministrului agriculturii, alimentatiei si padurilor, al ministrului sanatatii si familiei si al presedintelui Autoritatii Nationale pentru Protectia Consumatorilor nr. 268/441/117/2003 pentru aprobarea Normelor privind definirea, descrierea si prezentarea bauturilor spirtoase, publicat in Monitorul Oficial al Romaniei, Partea I, nr. 573 din 11 august 2003, cu modificarile ulterioare, este permisa numai in cazul celei difuzate prin intermediul presei scrise, al radioului, precum si prin intermediul televiziunii.

(2) Difuzarea de publicitate la bauturile spirtoase in programele audiovizuale se realizeaza conform dispozitiilor Deciziei Consiliului National al Audiovizualului nr. 130/2005 privind Codul de reglementare a continutului audiovizual.

Art. 14. - Se interzice publicitatea substantelor stupefiante si psihotrope.

Art. 15. - Se interzice publicitatea, in alte locuri decat cele de comercializare, pentru orice tip de arme, munitii, explozivi, metode si mijloace pirotehnice, cu exceptia armelor destinate vanatorii sau sportului si a celor de panoplie.

Art. 16. - Pentru produsele si serviciile destinate minorilor este interzisa publicitatea care:

- a) contine elemente ce dauneaza acestora din punct de vedere fizic, moral, intelectual sau psihic;
- b) incurajeaza in mod indirect copiii sa cumpere produse sau servicii, profitand de lipsa de experienta sau de credulitatea lor;
- c) afecteaza relatiile speciale care exista intre minori, pe de o parte, si parinti sau cadre didactice, pe de alta parte;
- d) prezinta, in mod nejustificat, minori in situatii periculoase.

Art. 17. - Publicitatea este permisa numai pentru produsele medicamentoase care se elibereaza fara prescriptie medicala, pentru care materialele publicitare vor fi aprobate de Agentia Nationala a Medicamentului.

CAPITOLUL IV

Sanctiuni

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. - Daca persoana care isi face publicitate nu are sediul in Romania sau daca nu poate fi identificata, raspunderea revine, dupa caz,

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

Art. 20. - (1) Persoana care isi face publicitate trebuie sa fie in masura sa probeze exactitatea afirmatiilor, indicatiilor sau prezentarilor din anuntul publicitar si este obligata, la solicitarea reprezentantilor institutiilor si autoritatilor prevazute la art. 24, sa furnizeze documentele care sa probeze exactitatea acestora.

(2) In cazul in care documentele nu sunt furnizate in termen de maximum 7 zile de la solicitare sau daca sunt considerate insuficiente, afirmatiile din anuntul publicitar in cauza vor fi considerate inexacte.

Art. 21. - Prezenta lege nu exclude autocontrolul publicitatii de catre organizatiile profesionale cu rol de autoreglementare in domeniul publicitatii si nici dreptul persoanelor de a se adresa direct acestor organizatii.

Art. 22. - Incalcarea prevederilor prezentei legi atrage raspunderea materiala, civila, contraventionala sau penala, dupa caz.

Art. 23. - (1) Constituie contraventii, daca nu au fost savarsite in astfel de conditii incat, potrivit legii penale, sa fie considerate infractiuni, si

se sanctioneaza dupa cum urmeaza:

- a) incalcarea prevederilor art. 15-17, cu amenda 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) Sanctiunile se pot aplica si persoanelor juridice.

Art. 24. - (1) Contraventiile prevazute la art. 23 se constata si se sanctioneaza la sesizarea persoanelor prejudiciate ori a asociatiilor de consumatori sau din oficiu, de catre:

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 contravențiile 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 cheltuiela 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 abroga orice dispoziție contrară.