

Expunere de motive

Secțiunea 1 - Titlul proiectului de act normativ

**Lege pentru modificarea și completarea
Legii nr. 158/2008 privind publicitatea înșelătoare și publicitatea comparativă**

Secțiunea a 2-a - Motivul emiterii actului normativ

1. Descrierea situației actuale	<p>Legea nr. 158/2008 privind publicitatea înșelătoare și publicitatea comparativă are drept scop protecția comercianților împotriva publicității înșelătoare și a consecințelor defavorabile ale acesteia, precum și stabilirea condițiilor în care publicitatea comparativă este permisă.</p> <p>Prevederile actului normativ se aplică, pentru publicitatea comparativă, atât persoanelor fizice, cât și persoanelor juridice, iar pentru publicitatea înșelătoare doar relațiilor dintre persoanele juridice. Autoritatea responsabilă de combaterea și stoparea publicității înșelătoare și a respectării dispozițiilor privind publicitatea comparativă este Ministerul Economiei și Finanțelor sau, după caz, Consiliul Național al Audiovizualului.</p> <p>Legea nr. 158/2008 transpune în legislația națională prevederile Directivei nr. 2006/114/CE a Parlamentului European și a Consiliului privind publicitatea înșelătoare și comparativă (numită în continuare Directiva).</p>
2. Schimbări preconizate	<p>Proiectul de act normativ vizează:</p> <p>I. Asigurarea unității legislative:</p> <p>Având în vedere faptul că, în plus, față de prevederile referitoare la publicitatea înșelătoare, Directiva cuprinde și prevederi referitoare la publicitatea comparativă, acestea din urmă aplicându-se atât în cazul în care publicitatea se adresează comercianților, cât și în cazul în care se adresează consumatorilor, este nevoie să se separe în mod clar partea de reglementare care protejează interesele consumatorilor - persoane fizice - de acele prevederi care privesc relațiile dintre operatorii economici.</p> <p>Prin urmare, actul normativ de transpunere se modifică după cum urmează: se introduce definiția consumatorului astfel cum este reglementată în Ordonanța Guvernului nr. 21/1992 privind protecția consumatorilor și se specifică în mod expres prevederile care se aplică în cazul în care publicitatea se adresează consumatorilor.</p> <p>II. Stabilirea autorităților competente:</p> <p>În acest sens, se desemnează Autoritatea Națională pentru</p>

	<p>Protecția Consumatorilor ca autoritate competentă cu verificarea respectării prevederilor ce au drept scop protecția consumatorilor și, totodată, se actualizează denumirea „Ministerul Economiei și Finanțelor”, respectiv „Ministerul Finanțelor Publice”.</p> <p>III. Stabilirea perioadei de prescripție în cazul sesizărilor referitoare la publicitatea comparativă.</p> <p>Propunerea prevede ca termenul de prescripție de 3 luni să se aplice numai în cazul publicității înșelătoare iar în cazul publicității comparative să se aplice termenul general de prescripție.</p> <p>Această măsură este necesară având în vedere că publicitatea care se adresează consumatorilor este difuzată, de regulă, pe perioade îndelungate de timp.</p>
--	--

Secțiunea a 3-a - Impactul socio-economic al proiectului de act normativ

1. Impactul macroeconomic	Proiectul de act normativ nu se referă la acest subiect.
1.¹ Impactul asupra mediului concurențial și domeniul ajutoarelor de stat	Proiectul de act normativ nu se referă la acest subiect.
2. Impactul asupra mediului de afaceri	Proiectul de act normativ nu se referă la acest subiect.
3. Impactul social	Proiectul de act normativ nu se referă la acest subiect.
4. Impactul asupra mediului	Proiectul de act normativ nu se referă la acest subiect.

Secțiunea a 4-a - Impactul financiar asupra bugetului general consolidat, atât pe termen scurt, pentru anul curent, cât și pe termen lung (5 ani)

<p>Proiectul de act normativ nu prezintă implicații financiare asupra bugetului general consolidat, atât pe termen scurt, pentru anul curent, cât și pe termen lung pentru anul curent și pe următorii 5 ani.</p>

Secțiunea a 5 - a - Efectele proiectului de act normativ asupra legislației în vigoare

<p>1. Măsurile normative necesare pentru aplicarea prevederilor proiectului de act normativ:</p> <p>a) acte normative în vigoare ce vor fi modificate sau abrogate, ca urmare a intrării în vigoare a proiectului de act normativ;</p> <p>b) acte normative ce urmează a fi elaborate în vederea implementării noilor dispoziții.</p>	<p>Proiectul de act normativ nu se referă la acest subiect.</p>
---	---

2. Conformitatea proiectului de act normativ cu legislația comunitară în cazul proiectelor ce transpun prevederi comunitare.	Proiectul de act normativ nu se referă la acest subiect.
3. Măsuri normative necesare aplicării directe a actelor normative comunitare	Proiectul de act normativ nu se referă la acest subiect.
4. Hotărâri ale Curții de Justiție a Uniunii Europene.	Proiectul de act normativ nu se referă la acest subiect.
5. Alte acte normative și/sau documente internaționale din care decurg angajamente	Proiectul de act normativ nu se referă la acest subiect.
6. Alte informații	Proiectul de act normativ nu se referă la acest subiect.

Secțiunea a 6-a - Consultările efectuate în vederea elaborării proiectului de act normativ

1. Informații privind procesul de consultare cu organizații neguvernamentale, institute de cercetare și alte organisme implicate	Proiectul de act normativ nu se referă la acest subiect.
2. Fundamentarea alegerii organizațiilor cu care a avut loc consultarea, precum și a modului în care activitatea acestor organizații este legată de obiectivul proiectului de act normativ	Proiectul de act normativ nu se referă la acest subiect.
3. Informații privind necesitatea avizării proiectului de act normativ de către următoarele instituții: a) Consiliul Legislativ b) Consiliul Suprem de Apărare a Țării c) Consiliul Economic și Social d) Consiliul Concurenței e) Curtea de Conturi	Este necesar avizul: <i>Consiliul Legislativ</i>

Secțiunea a 7-a - Activități de informare publică privind elaborarea și implementarea proiectului de act normativ

Informarea societății civile cu privire la necesitatea elaborării proiectului de act normativ.	În procesul de elaborare a proiectului de act normativ au fost îndeplinite procedurile prevăzute de Legea nr. 52/2003 privind transparența decizională în administrația publică. Proiectul de act normativ a fost supus dezbaterii publice, prin afișare pe site-ul oficial al Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor.
--	---

Secțiunea a 8-a - Măsuri de implementare

Măsurile de punere în aplicare a proiectului de act normativ de către autoritățile administrației publice centrale și/sau locale, înființarea unor noi organisme sau extinderea competențelor instituțiilor existente.	Instituțiile publice responsabile de implementarea măsurilor cuprinse în proiectul de act normativ sunt: - Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor, - Ministerul Finanțelor Publice, - Consiliul Național al Audiovizualului.
--	--

Față de cele prezentate mai sus, a fost elaborat prezentul proiect de Lege pentru modificarea și completarea Legii nr. 158/2008 privind publicitatea înșelătoare și publicitatea comparativă, pe care îl supunem spre aprobare.

Lege pentru modificarea și completarea Legii nr. 158/2008 privind publicitatea înșelătoare și publicitatea comparativă

Parlamentul României adoptă prezenta lege.

Art. I. Legea nr. 158/2008 privind publicitatea înșelătoare și publicitatea comparativă publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I nr. 559 din 24 iulie 2008, se modifică și se completează după cum urmează:

1. La art. 3, după lit. g) se introduce o nouă literă, lit. g¹) cu următorul cuprins:
„ g¹) consumator - așa cum este definit la art. 2 pct. 2 din Ordonanța Guvernului nr. 21/1992 privind protecția consumatorilor, republicată în Monitorul Oficial al României Partea I, nr. 208 din 28.03.2007, cu modificările și completările ulterioare.”

2. Articolul 7 se modifică și va avea următorul cuprins:

“Art.7. - (1) În vederea combaterii și stopării publicității înșelătoare și a respectării dispozițiilor privind publicitatea comparativă, comerțanții, astfel cum sunt definiți la art. 3 lit. d, asociațiile și organizațiile care au un interes legitim pot să sesizeze Ministerul Finanțelor Publice sau, după caz, Consiliul Național al Audiovizualului.

(2) În vederea respectării dispozițiilor privind publicitatea comparativă consumatorii, astfel cum sunt definiți la art. 3 lit. g¹, pot să sesizeze Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor.

(3) La sesizarea persoanelor prevăzute la alin. (1) sau din oficiu, Ministerul Finanțelor Publice, prin reprezentanții săi, constată încălcarea dispozițiilor prevăzute la art. 4 și 6 și aplică sancțiunile corespunzătoare.

(4) La sesizarea persoanelor prevăzute la alin. (2) sau din oficiu, Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor, prin reprezentanții săi, constată încălcarea dispozițiilor prevăzute la art. 6 și aplică sancțiunile corespunzătoare.”

4. Articolul 8 se modifică și va avea următorul cuprins:

“Art. 8. - Sesizarea adresată Ministerului Finanțelor Publice sau, după caz, Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor poate fi îndreptată:

a) împotriva unuia sau a mai multor comercianți din același sector economic;

b) împotriva responsabilului de cod, în cazul în care respectivul cod încurajează nerespectarea dispozițiilor legale în materie. “

5. Articolul 9 se modifică și va avea următorul cuprins:

“Art. 9. - (1) La sesizarea comercianților sau a consumatorilor, a asociațiilor și a organizațiilor care au interes legitim sau din oficiu, Ministerul Finanțelor Publice sau, după caz, Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor, prin reprezentanții săi, va solicita comerciantului care își face publicitate să furnizeze toate dovezile necesare privind exactitatea afirmațiilor, a indicațiilor ori a prezentărilor din anunțul publicitar.

(2) Reprezentanții Ministerul Finanțelor Publice sau, după caz, ai Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor solicită comercianților care își fac publicitate, dovezi potrivit prevederilor alin. (1) și (3), luând în considerare interesele legitime ale acestor comercianți, precum și cele ale comercianților prejudiciați.

(3) Comerciantul care își face publicitate este obligat să pună la dispoziția reprezentanților Ministerului Finanțelor Publice sau, după caz, ai Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor, la termenele și în forma stabilite de acestea, toate documentele, datele și informațiile care să probeze exactitatea afirmațiilor conținute în anunțul publicitar.

(4) În cazul publicității comparative, comerciantul care își face publicitate este obligat să prezinte, cu celeritate, reprezentanților Ministerului Finanțelor Publice sau, după caz, ai Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor dovezile, documentele, datele și informațiile prevăzute în prezentul articol.

(5) În cazul în care dovezile solicitate nu sunt prezentate de comerciant sau prezentarea dovezilor se face de către acesta după expirarea termenului stabilit de Ministerul Finanțelor Publice sau, după caz, de Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor ori dacă aceste dovezi sunt considerate incomplete sau insuficiente, afirmațiile din anunțul publicitar în cauză vor fi considerate inexacte.

6. Alineatul (2) al articolului 10, se modifică și va avea următorul cuprins:

“(2) Constatarea și aplicarea sancțiunilor prevăzute la alin. (1) se fac de reprezentanții Ministerului Finanțelor Publice sau, după caz, ai Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor.”

7. Alineatul (1) al articolului 11, se modifică și va avea următorul cuprins:

“(1) În cazul în care se constată încălcarea de către comerciantul care își face publicitate a dispozițiilor prevăzute la art. 4 și 6, ținând cont de toate interesele implicate în cauză și, în special, de interesul public, Ministerul Finanțelor Publice sau, după caz, Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor, poate dispune, odată cu aplicarea sancțiunii contravenționale prevăzute la art. 10 alin. (1), următoarele măsuri complementare:”

8. Articolul 12 se modifică și va avea următorul cuprins:

“Art. 12. - (1) În vederea eliminării efectelor de durată ale publicității înșelătoare sau ale publicității comparative ilegale a cărei încetare, respectiv interdicere, a fost dispusă printr-un proces-verbal de constatare și sancționare a contravenției, care nu a fost contestat, ori printr-o hotărâre judecătorească rămasă definitivă și irevocabilă prin care s-a dispus o astfel de măsură, Ministerul Finanțelor Publice sau, după caz, de Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor, prin reprezentanți împuterniciți, va solicita comerciantului în cauză:”

9. Alineatul (2) al articolului 13, se modifică și va avea următorul cuprins:

“(2) Constatarea contravențiilor și aplicarea sancțiunilor prevăzute la alin. (1) se fac de reprezentanții împuterniciți ai Ministerului Finanțelor Publice sau, după caz, ai Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor.”

10. La articolul 14, alineatele (1) și (4) se modifică și vor avea următorul cuprins:

“(1) În situația în care Ministerul Finanțelor Publice sau, după caz, Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor dispun, potrivit dispozițiilor art. 11 alin. (1) lit. a), încetarea publicității înșelătoare sau a publicității comparative ilegale, vor comunica de îndată măsura respectivă Consiliului Național al Audiovizualului.”

(4) În situația în care Consiliul Național al Audiovizualului apreciază că o comunicație comercială audiovizuală conține elementele unei publicități înșelătoare ori comparative ilegale, acesta va sesiza Ministerul Finanțelor Publice sau, după caz, Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor.”

11. Alineatul (1) al articolului 16, se modifică și va avea următorul cuprins:

“(1) În cazul în care se constată că faptele reclamate nu constituie publicitate înșelătoare sau, după caz, publicitate comparativă ilegală, Ministerul Finanțelor Publice sau, după caz, Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor vor emite decizie motivată de respingere a sesizării.”

12. Articolul 18 se modifică și va avea următorul cuprins:

“Art. 18. - Dreptul de a sesiza faptele prevăzute la art. 4 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 cunoștință de anunțul publicitar, dar nu mai târziu de 6 luni de la data apariției acestuia.”

13. Alineatul (2) al articolului 19, se modifică și va avea următorul cuprins:

“(2) În aplicarea dispozițiilor prezentei legi, Ministerul Finanțelor Publice sau, după caz, Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor, ori Consiliul Național al Audiovizualului pot solicita organizațiilor profesionale cu rol de autoreglementare, prevăzute la alin. (1), formularea unui punct de vedere de specialitate.”

Art. II. Legea nr. 158/2008 privind publicitatea înșelătoare și publicitatea comparativă publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I nr. 559 din 24 iulie 2008, cu modificările și completările aduse prin prezenta lege, se va republica, dându-se textelor o nouă numerotare.