

## Acte a căror acțiune de modificare este inclusă în forma actualizată

### Tip Număr Data Emiterii Data Aplicării Aprobată / Respinsă

Lege 158 18.07.2008 27.07.2008

Lege 457 01.11.2004 31.12.2006

Ordonanta 90 26.08.2004 01.01.2005 Aprobată de Lege 432/2004

Ordonanta 17 30.01.2003 02.02.2003 Aprobată de Lege 219/2003

Lege 283 15.05.2002 31.05.2002

### Parlamentul României

**LEGE Nr. 148 \*)**

**din 26 iulie 2000**

**privind publicitatea**

**Publicată în: Baza de date "EUROLEX"**

**\*) Notă:**

**Text realizat la G&G CONSULTING, Departamentul juridic (D.A.).**

**Cuprinde toate modificările aduse actului oficial, inclusiv cele prevăzute în:**

**[L. Nr. 158/18.07.2008](#) Publicată în M.Of. Nr. 559/24.07.2008**

**Parlamentul României adoptă prezenta lege.**

### **Cap. 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. 2 - \*\*\* Abrogat de L. Nr. 158/2008**

**Art. 3 - \*\*\* Abrogat de L. Nr. 158/2008**

**Art. 4 - În sensul prezentei legi, următorii termeni se definesc astfel:**

a) - c) **\*\*\* Abrogate de L. Nr. 158/2008**

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;

g) **\*\*\* Abrogată de L. Nr. 158/2008**

**Art. 5 - Publicitatea trebuie să fie decentă, corectă și să fie elaborată în spiritul responsabilității sociale.**

**Art. 6 - Se interzice publicitatea care:**

a) **\*\*\* Abrogată de L. Nr. 158/2008**

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.

### **Cap. II**

#### **Publicitate înșelătoare și publicitate comparativă**

**Art. 7 - \*\*\* Abrogat de L. Nr. 158/2008**

**Art. 8 - \*\*\* Abrogat de L. Nr. 158/2008**

**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.

### **Cap. 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;
- b) \*\*\* Abrogat de [art. 7](#) din L. nr. 457/2004
- 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 stimulant, sedativ ori că pot rezolva probleme personale;
- d) dă o imagine negativă despre abinență;
- 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 avertismentului 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.

#### **Cap. 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** - 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) Contravențiile 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 contravențiile pot solicita organizațiilor profesionale cu rol de autoreglementare prevăzute la art. 21 formularea unui punct de vedere de specialitate.

---

\*) Potrivit art. III [alin. 3](#) din O.U.G. Nr. 121/2003, denumirea "Oficiul Concurenței" se înlocuiește cu "Ministerul Finanțelor Publice".

**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.

## **Cap. 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,  
**MIRON TUDOR MITREA**

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,  
**ULM NICOLAE SPINEANU**

---