



# MONITORUL OFICIAL

## AL

### ROMÂNIEI

Anul 181 (XXV) — Nr. 454

PARTEA I  
LEGI, DECRETE, HOTĂRĂRI ȘI ALTE ACTE

Miercuri, 24 iulie 2013

#### SUMAR

Nr.	Pagina
<b>DECIZIILE CURȚII CONSTITUȚIONALE</b>	
Decizia nr. 326 din 25 iunie 2013 referitoare la excepția de neconstituționalitate a dispozițiilor art. 13 alin. (1) din Legea nr. 285/2010 privind salarizarea în anul 2011 a personalului plătit din fonduri publice .....	2-3
Decizia nr. 331 din 25 iunie 2013 referitoare la excepția de neconstituționalitate a dispozițiilor art. 7 din Ordonanța Guvernului nr. 22/2002 privind executarea obligațiilor de plată ale instituțiilor publice, stabilite prin titluri executorii .....	4-5
<b>HOTĂRĂRIILE GUVERNULUI ROMÂNIEI</b>	
480. — Hotărâre pentru modificarea și completarea Regulamentului de aplicare a Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 195/2002 privind circulația pe drumurile publice, aprobat prin Hotărârea Guvernului nr. 1.391/2006 .....	6-7
<b>ACTE ALE ORGANELOR DE SPECIALITATE ALE ADMINISTRAȚIEI PUBLICE CENTRALE</b>	
850. — Ordin al ministrului economiei pentru acordarea ajutorului de stat reprezentând cheltuieli excepționale acordate de la bugetul de stat în baza Deciziei 2010/787/UE a Consiliului din 10 decembrie 2010 privind ajutorul de stat pentru facilitarea închiderii minelor de cărbune neconpetibile .....	8-10
2.408. — Ordin al președintelui Agenției Naționale a Funcționarilor Publici pentru modificarea anexei nr. 2 la Ordinul președintelui Agenției Naționale a Funcționarilor Publici nr. 4.040/2012 privind aprobarea listei documentelor necesare pentru obținerea avizului Agenției Naționale a Funcționarilor Publici, precum și a modalității de transmitere a acestora de către autoritățile și instituțiile publice și pentru aprobarea modelului-cadru de stat de funcții .....	10-12
<b>REPUBLICĂRI</b>	
Legea nr. 158/2008 privind publicitatea înșelătoare și publicitatea comparativă .....	13-15

## R E P U B L I C Ă R I

## L E G E A Nr. 158/2008\*)

## privind publicitatea înșelătoare și publicitatea comparativă

## CAPITOLUL I

## Dispoziții generale

Art. 1. — Prezenta lege are drept scop protecția comercianților împotriva publicității înșelătoare și a consecințelor defavorabile ale acesteia, precum și stabilirea condițiilor în care publicitatea comparativă este permisă.

Art. 2. — (1) Dispozițiile prezentei legi se aplică conținutului materialelor publicitare și mesajelor publicitare, oricare ar fi mijlocul de comunicare ce face posibil transferul informației.

(2) Comunicațiilor audiovizuale comerciale difuzate în cadrul serviciilor de programe audiovizuale le sunt aplicabile prevederile prezentei legi, ale Legii audiovizualului nr. 504/2002, cu modificările și completările ulterioare, precum și normele de reglementare emise în aplicarea acesteia.

Art. 3. — În sensul prezentei legi, termenii și expresiile de mai jos au următoarea semnificație:

a) *publicitate* — orice formă de prezentare a unei activități comerciale, industriale, artisanale sau liberale, în scopul promovării vânzării de bunuri ori servicii, inclusiv bunuri imobile, drepturi și obligații;

b) *publicitate înșelătoare* — publicitatea care, în orice mod, inclusiv prin modul de prezentare, induce sau poate induce în eroare persoanele cărora i se adresează ori care iau contact cu aceasta și care, din cauza caracterului înșelător, poate afecta comportamentul economic al acestora sau care, din acest motiv, prejudiciază ori poate prejudicia un concurent;

c) *publicitate comparativă* — publicitatea care identifică în mod explicit sau implicit un concurent ori bunuri sau servicii oferite de acesta;

d) *comerciant* — persoana fizică sau juridică ce acționează în scopuri care se încadrează în activitatea sa comercială, industrială, artizanală ori liberală și orice persoană care acționează în numele și pe seama comerciantului;

e) *responsabil de cod* — orice entitate, inclusiv un comerciant sau un grup de comercianți, responsabilă cu urmărirea și revizuirea unui cod de conduită și/sau cu monitorizarea conformității cu codul de către cei care și-au luat angajamentul de a-l respecta;

f) *cod de conduită* — acordul sau ansamblul de reguli care nu este impus prin legislație ori dispoziții administrative și care definește comportamentul comercianților care se angajează să îl respecte cu privire la una sau mai multe practici comerciale ori la unul sau mai multe sectoare de activitate;

g) *comunicație comercială audiovizuală* — imaginea, cu sau fără sunet, care este destinată să promoveze, direct sau indirect, bunurile, serviciile ori imaginile unei persoane fizice sau juridice care desfășoară o activitate economică. Imaginile respective însoțesc sau sunt incluse într-un program în schimbul unei plăți ori retribuții similare sau în scopul autopromovării. Formele de comunicații comerciale audiovizuale includ, printre

altele, publicitatea televizată, sponsorizarea, teleshoppingul și poziționarea de produse prin servicii de programe audiovizuale;

h) *consumator* — astfel cum este definit la art. 2 pct. 2 din Ordonanța Guvernului nr. 21/1992 privind protecția consumatorilor, republicată, cu modificările și completările ulterioare.

## CAPITOLUL II

## Publicitatea înșelătoare și publicitatea comparativă

Art. 4. — Publicitatea înșelătoare este interzisă.

Art. 5. — Pentru a determina dacă publicitatea este înșelătoare trebuie să se ia în considerare toate aspectele acesteia, în special orice informație conținută de aceasta cu privire la:

a) caracteristicile bunurilor sau serviciilor, cum sunt: disponibilitatea, natura, modul de execuție, compoziția, metoda și data fabricației bunurilor ori a prestării serviciilor, dacă acestea corespund scopului lor, destinația, cantitatea, parametri tehnico-funcționali, originea geografică sau comercială, rezultatele așteptate ca urmare a utilizării lor ori rezultatele și caracteristicile esențiale ale testelor sau ale controalelor efectuate asupra bunurilor ori a serviciilor;

b) prețul sau modul de calcul al prețului și condițiile în care se distribuie bunurile ori se prestează serviciile;

c) natura, atribuțiile și drepturile comerciantului care își face publicitate, cum ar fi: identitatea și bunurile sale, calificările și deținerea drepturilor de proprietate industrială, comercială sau intelectuală ori premiile și distincțiile acestuia.

Art. 6. — Publicitatea comparativă este considerată legală dacă îndeplinește, în mod cumulativ, următoarele condiții:

a) nu este înșelătoare, potrivit dispozițiilor art. 3 lit. b) și ale art. 5 din prezenta lege, precum și ale art. 5—7 din Legea nr. 363/2007 privind combaterea practicilor incorecte ale comercianților în relația cu consumatorii și armonizarea reglementărilor cu legislația europeană privind protecția consumatorilor, cu modificările ulterioare;

b) compară bunuri sau servicii care răspund aceluiași nevoi ori sunt destinate aceluiași scopuri;

c) compară, în mod obiectiv, una sau mai multe caracteristici esențiale, relevante, verificabile și reprezentative ale respectivelor bunuri ori servicii, care pot include și prețul;

d) nu discreditează sau denigrează mărcile, denumirile comerciale, alte semne distinctive, bunuri, servicii, activități ori situația unui concurent;

e) în cazul produselor cu denumire de origine, se referă, în fiecare caz, la produse cu aceeași denumire;

f) nu profită în mod nealioial de reputația unei mărci, a unei denumiri comerciale sau a altor semne distinctive ale unui concurent ori a denumirii de origine a produselor concurente;

\*) Republicată în temeiul art. 11 din Legea nr. 202/2013 pentru modificarea și completarea Legii nr. 158/2008 privind publicitatea înșelătoare și publicitatea comparativă, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 399 din 3 iulie 2013, dându-se textelor o nouă numerotare.

Legea nr. 158/2008 privind publicitatea înșelătoare și publicitatea comparativă a fost publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 559 din 14 iulie 2008.

g) nu prezintă bunuri sau servicii ca imitații ori reproduceri ale bunurilor sau serviciilor purtând o marcă ori o denumire comercială protejată;

h) nu creează confuzie între comercianți, între cel care își face publicitate și un concurent sau între mărci, denumiri comerciale, alte semne distinctive, bunuri ori servicii ale celui care își face publicitate și cele ale unui concurent.

### CAPITOLUL III

#### Sesizare, competență, sancțiuni

Art. 7. — (1) În vederea combaterii și stopării publicității înșelătoare și a respectării dispozițiilor privind publicitatea comparativă, comercianții, astfel cum sunt definiți la art. 3 lit. d), precum și 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. h), 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 prevăzute la art. 10.

(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.

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.

Art. 9. — (1) La sesizarea comercianților ori a consumatorilor, a asociațiilor și a organizațiilor care au interes legitim sau din oficiu, Ministerul Finanțelor Publice ori, 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 Ministerului 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 ori ale consumatorilor prejudiciați, după caz.

(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 ori 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.

Art. 10. — (1) Nerespectarea de către comercianți a prevederilor art. 4 și 6 constituie contravenții și se sancționează cu amendă de la 3.000 lei la 30.000 lei.

(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.

Art. 11. — (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:

a) încetarea publicității înșelătoare sau a publicității comparative ilegale;

b) interzicerea publicității înșelătoare sau a publicității comparative care contravine prevederilor prezentei legi, în cazul în care nu a fost încă adusă la cunoștință publicului, însă acest lucru este iminent.

(2) Măsurile prevăzute la alin. (1) se aplică fără a fi necesar să existe o dovadă a unui prejudiciu real, a intenției ori a neglijenței celui care își face publicitate.

(3) Măsurile prevăzute la alin. (1) vor fi luate prin intermediul unei proceduri accelerate, în sensul că acestea vor fi îndeplinite de comerciantul contravenient în termen de 5 zile de la data înmânării sau a comunicării procesului-verbal de constatare și de sancționare a contravenției prin care măsurile au fost dispuse.

Art. 12. — (1) În vederea eliminării efectelor de durată ale publicității înșelătoare sau ale publicității comparative ilegale a cărei încetare, respectiv interzicere, 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, Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor, prin reprezentanții împuterniciți, va solicita comerciantului în cauză:

a) publicarea procesului-verbal de constatare și sancționare a contravenției sau a hotărârii judecătorești, integral ori în extras;

b) publicarea unei declarații rectificative care să cuprindă datele de identificare a comerciantului contravenient, contravenția săvârșită, data la care a fost săvârșită, precum și măsurile dispuse.

(2) Publicarea se va face, în toate cazurile, de către și pe cheltuiela comerciantului contravenient, atât prin intermediul unui ziar de largă circulație, cât și prin intermediul mijlocului de comunicare folosit pentru difuzarea anunțului publicitar interzis, în termen de 5 zile de la data comunicării.

Art. 13. — (1) Nerespectarea măsurilor prevăzute la art. 12, precum și a obligației prevăzute la art. 9 constituie contravenții și se sancționează cu amendă de la 6.000 lei la 60.000 lei.

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

Art. 14. — (1) În situația în care Ministerul Finanțelor Publice ori, 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.

(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 comunicații 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 comunicații 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 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.

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 că faptele reclamate nu constituie publicitate înșelătoare sau, după caz, publicitate comparativă ilegală, Ministerul Finanțelor Publice ori, după caz, Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor va 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 său legal în România.

Art. 18. — (1) Dreptul comercianților 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 cunoștință de anunțul publicitar, dar nu mai târziu de 6 luni de la data apariției acestuia.

(2) Dreptul consumatorilor de a sesiza faptele prevăzute la art. 6 se prescrie potrivit prevederilor art. 13 din Ordonanța Guvernului nr. 2/2001, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 180/2002, cu modificările și completările ulterioare.

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 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.

## CAPITOLUL IV

### Dispoziții finale

Art. 20. — (1) În aplicarea dispozițiilor prezentei legi, Ministerul Finanțelor Publice poate emite norme, care se aprobă prin ordin al ministrului.

(2) În aplicarea dispozițiilor prezentei legi, Consiliul Național al Audiovizualului va emite norme de reglementare ce se aprobă 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 Finanțelor Publice 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 abrogă.

#### 5. Articolele 7 și 8 se abrogă.

#### 6. Articolul 18 va avea următorul cuprins:

„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.”

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

„b) încălcarea prevederilor art. 9—14, cu amendă de la 1.500 lei la 4.000 lei.”

#### 8. La articolul 24 alineatul (1), literele a) și e) vor avea următorul cuprins:

„a) reprezentanții împuterniciți ai Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor, în cazul încălcării prevederilor art. 9 și ale art. 13 lit. a) și b);

e) reprezentanții împuterniciți ai Consiliului Național al Audiovizualului, pentru încălcarea prevederilor art. 10 lit. a).”

★

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