

PUBLICITATEA ÎNȘELĂTOARE ȘI COMPARATIVĂ



Ce este publicitatea?

O informație publică despre persoane, mărfuri (lucrări, servicii), idei sau inițiative (informație publicitară, material publicitar) menită să suscite și să susțină interesul public față de acestea, să contribuie la comercializarea lor și să ridice prestigiul producătorului.



Publicitatea poate fi :

Publicitatea înșetoare -

publicitatea care, în orice mod, inclusiv prin modul de prezentare, poate induce în eroare persoanele cărora i se adresează și care, din cauza caracterului înșelător, poate afecta comportamentul economic al acestora

Publicitatea comparativă

— publicitatea care identifică în mod explicit sau implicit un concurent ori bunuri sau servicii oferite de acesta.

Practice comerciale incorecte



Înșelătoare



Agresive

Acțiuni

Omissiuni

Legea cu privire la publicitate nr. 1227 din 27-06-1997



În legislația națională nu este expres prevăzută publicitatea înșelătoare, dar la art.8 si prezntei legi sunt indicate cerințele publicității, iar publicitatea înșelătoare contravine cerințelor, rezultă că aceasta

ESTE INTERZISĂ





Aspectele publicității înșelătoare

DIRECTIVA 2006/114/CE A PARLAMENTULUI EUROPEAN ȘI A CONSILIULUI din 12 decembrie 2006 privind publicitatea înșelătoare și comparativă, art.3

- caracteristicile bunurilor sau serviciilor, cum sunt disponibilitatea, natura, modul de execuție, compoziția, metoda și data fabricației sau prestării, dacă acestea corespund scopului, destinația, cantitatea, parametrii tehnico-funcționali, originea geografică sau comercială sau rezultatele așteptate ca urmare a utilizării lor, sau rezultatele și caracteristicile esențiale ale testelor sau controalelor efectuate asupra bunurilor sau serviciilor;
- prețul sau modul de calcul al prețului și condițiile în care se distribuie bunurile sau se prestează servicii
- natura, atribuțiile și drepturile persoanei care își face publicitate, cum ar fi identitatea și activele sale, calificările și deținerea drepturilor de proprietate industrială, comercială sau intelectuală sau premiile și distincțiile sale.

1

Se permite publicitatea comparativă:

- ✓ Nu este înșelătoare;
- ✓ nu constituie o practică comercială înșelătoare, în conformitate cu art.13 din *Legea Republicii Moldova privind protecția consumatorilor*
- ✓ compară bunuri sau servicii care răspund acelorași necesități sau sunt destinate acelorași scopuri
- ✓ compară, în mod obiectiv, una sau mai multe caracteristici esențiale ale respectivelor bunuri sau servicii, care pot include și prețul;
- ✓ nu discreditează sau denigrează mărcile, denumirile comerciale, bunuri, servicii, activități sau situația unui concurent;
- ✓ nu profită în mod neloial de reputația unei mărci, a unei denumiri comerciale ale unui concurent
- ✓ nu creează confuzie între comercianți, între persoana care își face publicitate și un concurent sau între mărci, denumiri comerciale.

Se stabilește că publicitatea înșelătoare este interzisă în timp ce publicitatea comparativă este considerată legală dacă îndeplinește anumite condiții.



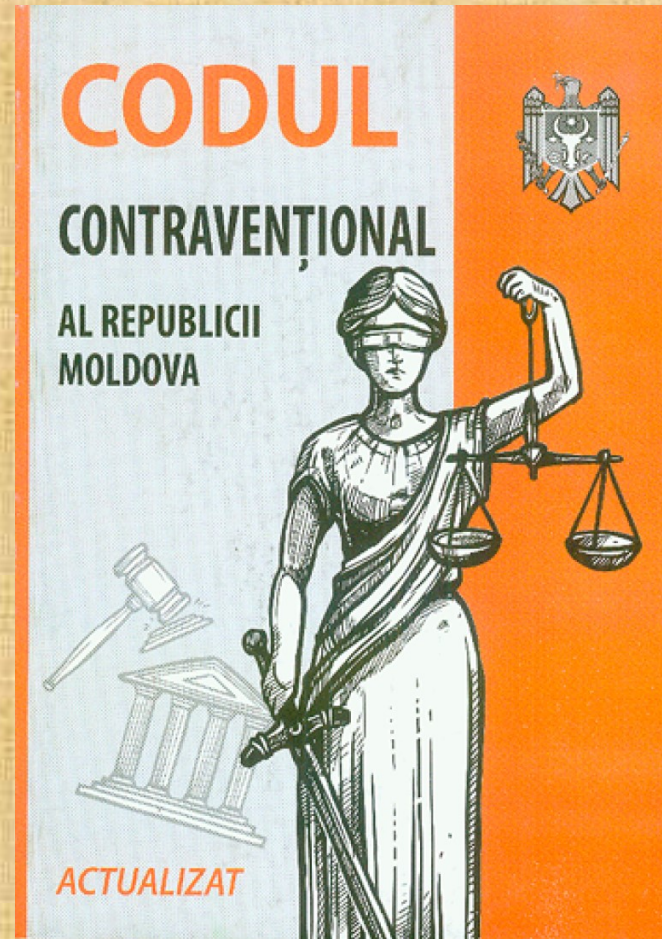
Sancțiunile privind publicitatea înșelătoare și comparativă

Codul Contravențional al Republicii Moldova

Codul Contravențional al Republicii Moldova, prin intermediul art. 404¹, atribuie Consiliului Concurenței calitatea de agent constatat în privința încălcărilor ce țin de publicitatea înșelătoare



Prezentarea, producerea ori difuzarea publicității neoneste, neautentice, amurale, sexiste sau a oricărei alte publicități ce contravine legii de către agenții de publicitate se sancționează cu amendă de la 18 la 90 de unități convenționale aplicată persoanei fizice, cu amendă de la 120 la 240 de unități convenționale aplicată persoanei cu funcție de răspundere, cu amendă de la 240 la 300 de unități convenționale aplicată persoanei juridice.



Căi de atac

Țările din Uniunea Europeană (UE) trebuie să asigure că persoanele sau organizațiile care au un interes legitim pot demara o acțiune în justiție sau o acțiune administrativă împotriva publicității ilicite.

Astfel, tribunalele sau organele administrative ale țărilor UE trebuie să poată:

- ✓ să dispună încetarea difuzării unei publicități ilicite, chiar și în lipsa dovezii unei pierderi, a unui prejudiciu real sau a unei neglijențe intenționate; sau
- ✓ să interzică o publicitate ilicită care nu a fost încă difuzată.



Concluzii

Elementul esențial pentru ca publicitatea să fie considerată înșelătoare este ca aceasta să îl determine sau să fie susceptibilă să-l determine pe consumator să ia o decizie comercială pe care altfel nu ar fi luat-o. Publicitatea înșelătoare este interzisă, fiind considerată ilegală, atât de

*DIRECTIVA 2006/114/CE A PARLAMENTULUI EUROPEAN ȘI A CONSILIULUI din 12.12.2006 privind publicitatea înșelătoare și comparativă cât și de **legislația națională**.*

Astfel în legislația referitoare la publicitatea înșelătoare și publicitatea comparativă nu mai era suficientă pentru a acoperi inovațiile operatorilor economici în privința promovării produselor.

Ca răspuns a apărut Directiva 2005/29/CE privind practicile comerciale neloiale, astfel aceste doua directive se completează reciproc.