

ELENA GRECU
ANDREEA RUSU | ANDREEA ȚIGĂU

CUM SĂ COMUNICI
ÎN MOD LEGAL
SAU DREPTUL PUBLICITĂȚII

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României

GRECU, ELENA

Cum să comunicî în mod legal sau Dreptul publicității / Elena Grecu,

Andreea Rusu, Andreea Țigău. - București : Evrika Publishing, 2016

ISBN 978-606-92578-4-5

I. Rusu, Andreea

II. Țigău, Andreea

659.1

Conceptje grafică: Carmen Lucaci

Toate drepturile rezervate. Niciun fragment din această
lucrare și nicio componentă grafică nu pot fi reproduse
sau transmise, sub nicio formă și prin niciun mijloc,
electronic sau mecanic, inclusiv fotocopiare, înregistrare
sau prin orice sistem de stocare a informației,
fără permisiunea editorului.

Ediție publicată de Editura Evrika.

Copyright © 2016.

ELENA GRECU
Andreea Rusu | Andreea Țigău



CUM SĂ COMUNICI
ÎN MOD LEGAL
sau
DREPTUL PUBLICITĂȚII

EVR!KA
PUBLISHING



CAPITOLUL 1

**LEGISLAȚIA
REFERITOARE LA
PUBLICITATE ȘI
AUTORITĂȚILE
COMPETENTE**

ATUNCI CÂND NE GÂNDIM LA PUBLICITATE ne vin în minte acele spoturi care ne-au impresionat, care ne-au adus pe chip un zâmbet, sau care ne-au lăsat acel enervant refren de care nu mai putem scăpa. Cu toții știm însă că acele reclame extraordinare, care epatează prin creativitatea de care dau dovadă, prin inteligență și simț al umorului, nu sunt numeroase. Din noianul de reclame cu care suntem asaltați zilnic procentul celor care își ating targetul este mic, iar cele care încalcă limitele unei comunicări comerciale decente sau sunt în acord cu dispozițiile legale sunt extrem de puține.

Chiar și acele comunicări excepționale încalcă principiile instituite cu privire la comunicare, fapt care le fac a pierde din credibilitate. Haideți să ne gândim că putem să promovăm un produs ca fiind recomandabil consumatorilor pe care îi vizăm, să investim bugete considerabile, dar că, în urma unei analize a instituțiilor specializate, tot planul nostru de marketing ar putea fi stopat.

Trebuie găsită balanța între creativitate și conformitate, între a transmite mesajul corect și complet, dar a nu face rabat de la imaginație și creativitate. Astăzi, a vinde un produs trece de

sfera unei simple oferte, trebuie să îmbrace uniforma prezentării epice, să convingă și să învingă. Marile branduri au fost create prin publicitate, prin crearea unor imagini care transcend cotidianul, care invită la vis și la iluzie, dar care, după cum vom arăta, au incitat și la crearea unor stereotipuri, discriminări și denigrări.

Din acest considerent s-a născut dreptul publicității, acest set de legi, atât la nivel național, cât și internațional, care încearcă să stabilească principii ale comunicării, cadrane menite a transmite o comunicare onestă și curată, fără însă a reduce creativitatea, în anumite circumstanțe chiar forțând-o, toate pentru a proteja cea din urmă verigă și care deține în același timp cea mai mică și cea mai mare putere, consumatorul.

Limitarea creează oportunități, inovație și progres. Revoluția se naște din opresiune. Aceasta este revoluția publicității.

1. REGLEMENTAREA COMUNICĂRILOR COMERCIALE

Astfel, după cum am arătat în introducere, necesitatea reglementării acestui domeniu a fost generată de protecția consumatorilor, de oferirea unor informații complete și oneste în cadrul comunicărilor comerciale, deoarece, în definitiv, cei prejudiciați de orice eroare sunt chiar cei cărora ne adresăm prin comunicările noastre.

Din acest considerent, Uniunea Europeană a decis adoptarea de norme legislative care să creeze cadrul necesar pentru efectuarea de comunicări corecte, în beneficiul consumatorului.

1.1. Legislația comunitară

La nivel european, a existat și există o preocupare în ceea ce privește protecția acordată consumatorilor, schimbările legislative în domeniu indicând o intransigență crescută, precum și o întărire a actelor normative existente:

- a) Directiva 2006/114/CE privind publicitatea înșelătoare și comparativă;
- b) Directiva 2010/13/UE a Parlamentului European și a Consiliului din 10 martie 2010 privind coordonarea anumitor dispoziții stabilite prin acte cu putere de lege sau acte administrative în cadrul statelor membre cu privire la furnizarea de servicii mass-media audiovizuale (Directiva serviciilor mass-media audiovizuale);
- c) Directiva 2005/29/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 11 mai 2005 privind practicile comerciale neloiale ale întreprinderilor de pe piața internă față de consumatori și de modificare a Directivei 84/450/CEE a Consiliului, a Directivelor 97/7/CE, 98/27/CE și 2002/65/CE ale Parlamentului European și ale Consiliului și a Regulamentului (CE) nr. 2006/2004 al Parlamentului European și al Consiliului;
- d) Directiva 2011/83/UE a Parlamentului European și a Consiliului din 25 octombrie 2011 privind drepturile consumatorilor, de modificare a Directivei 93/13/CEE a Consiliului și a Directivei 1999/44/CE a Parlamentului European și a Consiliului și de abrogare a Directivei 85/577/CEE a Consiliului și a Directivei 97/7/CE a Parlamentului European și a Consiliului.

În cele de mai jos, vom oferi o scurtă descriere a prevederilor normative aferente directivelor menționate anterior pentru o mai bună înțelegere a ceea ce se urmărește la nivel comunitar prin implementarea acestor dispoziții.

a) Directiva 2006/114/CE din 12 decembrie 2006 privind publicitatea înșelătoare și comparativă

Această directivă dorește uniformizarea dispozițiilor de fond care reglementează forma și conținutul publicității comparative și armonizarea în statele membre a condițiilor pentru utilizarea publicității comparative.

Sunt stabilite principii generale uniforme pentru reglementarea publicității comparative, scopul fiind protejarea comercianților împotriva publicității înșelătoare și a consecințelor defavorabile ale acesteia, precum și stabilirea condițiilor în care publicitatea comparativă este permisă. Pentru realizarea acestui scop, se impune asigurarea de către statele membre a existenței unor mijloace adecvate și eficiente pentru protejarea intereselor comercianților și consumatorilor.

b) Directiva 2010/13/UE a Parlamentului European și a Consiliului din 10 martie 2010 privind coordonarea anumitor dispoziții stabilite prin acte cu putere de lege sau acte administrative în cadrul statelor membre cu privire la furnizarea de servicii mass-media audiovizuale (Directiva serviciilor mass-media audiovizuale)

Este important a menționa că sunt excluse de la aplicarea prezentei directive serviciile de transmisie audio sau radio.

Scopul specific al acestei directive este acela de a satisface cerințele obligatorii privind protecția consumatorilor, corectitudinea tranzacțiilor comerciale și concurența loială în domeniul transmisiilor audiovizuale.

Se dorește asigurarea prevenirii oricărui act care s-ar putea dovedi potrivit liberei circulații a programelor de televiziune și liberului comerț cu programe de televiziune sau care ar putea promova crearea de poziții dominante care să restricționeze libertatea informației televizate, precum și întregul sector informațional.

Este prevăzută necesitatea sprijinirii pieței interne, încurajarea activităților și dezvoltării producției și distribuției audiovizuale europene, facilitarea apariției unei zone unice de informare, astfel încât să existe cel puțin un set minim de norme coordonate care să se aplice tuturor serviciilor mass-media audiovizuale.

Pentru a promova o industrie europeană a audiovizualului puternică, integrată și competitivă și pentru a consolida pluralismul mass-media pe întreg teritoriul Uniunii, un singur stat membru ar trebui să aibă jurisdicție asupra unui furnizor de servicii mass-media audiovizuale.

Directiva prevede condițiile în care poate fi restricționată libera circulație în ceea ce privește emisiunile de televiziune și obligația statelor membre de a se asigura că utilizatorii cunosc exact persoana responsabilă pentru conținutul serviciilor mass-media.

De asemenea, sunt prevăzute anumite interdicții privind comunicările comerciale audiovizuale.

Practic, printre obiectivele acestei directive se numără instituirea unui spațiu fără frontiere interne pentru serviciile mass-media audiovizuale, libera recepționare, asigurându-se totodată