

CUPRINS

CAPITOLUL 1

LEGISLAȚIA REFERITOARE LA PUBLICITATE ȘI

AUTORITĂȚILE COMPETENTE.....5

1. Reglementarea comunicărilor comerciale..... 8
 - 1.1. Legislația comunitară..... 9
 - 1.2. Legislația națională..... 15
2. Autoritățile cu atribuții în domeniul publicității 26
 - 2.1. Consiliul Național al Audiovizualului..... 26
 - 2.2. Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor..... 28
 - 2.3. Autoritatea Națională pentru Administrare și Reglementare în Comunicații 30
 - 2.4. Ministerul Finanțelor Publice..... 31
 - 2.5. Consiliul Concurenței..... 31
 - 2.6. Interactive Advertising Bureau România..... 33
 - 2.7. Consiliul Român de Publicitate 36

CAPITOLUL 2

PUBLICITATEA ÎNȘELĂTOARE ȘI ETICA ÎN

PUBLICITATE..... 41

1. Legislația aplicabilă și autoritățile competente în domeniul publicității înșelătoare 45
 - 1.1. Legislație aplicabilă..... 45
 - 1.2. Autorități competente..... 52

2. Analiza cazuistică a publicității înșelătoare.....	52
2.1. Publicitatea înșelătoare: informarea mincinoasă, falsă, incorectă.....	53
2.1.1. Publicitatea înșelătoare emisă de unii producători și distribuitori de ape minerale din România.....	54
2.1.2. Publicitate ecologică înșelătoare la spălătorii și curățătorii.....	55
2.1.3. Practici comerciale înșelătoare aferente ofertelor de împrumuturi financiare	56
2.1.4. Publicitatea înșelătoare privind ofertele de vânzare a autoturismelor.....	59
2.1.5. Publicitatea înșelătoare privind efectele cosmeticele	60
2.1.6. Publicitatea înșelătoare privind serviciile operatorilor de cablu și internet	65
2.2. Publicitatea mascată.....	67
2.2.1. Publicitatea mascată prin intermediul programelor de televiziune	68
2.2.2. Aprecierea Curții de Justiție a Uniunii Europene (CJUE) privind publicitatea mascată	69
2.2.3. Publicitatea mascată online: blogguri, vlogguri și mesajele emise în cadrul rețelelor de socializare.....	72
2.3. Publicitatea ce încalcă normele etice	74
2.3.1. Publicitatea pentru produsul „Dry Cooker”	74

2.3.2. Publicitatea pentru vopsea lavabilă	
Oskar Crema	76
3. Sancțiunile aplicabile publicității înșelătoare	78

CAPITOLUL 3

PUBLICITATEA SUPERLATIVĂ.	81
1. Legislația privind publicitatea superlativă	86
2. Studiu de caz.....	90
3. Folosirea studiilor de specialitate	96

CAPITOLUL 4

PUBLICITATEA COMPARATIVĂ.	103
1. Legislația aplicabilă publicității comparative.....	105
2. Autoritățile competente în domeniul publicității comparative și atribuțiile acestora.....	108
3. Comparațiile față de concurenții determinați și comparațiile față de concurenți determinabili	112
4. Comparații de ordin general	122
4.1. Comunicarea comercială TV pentru „AQUA CARPATICA”	122
4.2. Comunicare comercială TV pentru Farmaciile Dona: „o farmacie cum toate ar trebui să fie”	124
4.3. Comunicarea comercială TV pentru serviciile MedLife	125
4.4. Comunicare comercială pentru serviciile InfoClick	126
4.5. Comunicarea comercială pentru EVOMAG	127

4.6. Comunicare comercială pentru serviciile societății CDI Transport Intern și Internațional SRL..	128
4.7. Comunicarea comercială pentru serviciile bancare ING	129
5. Comparația care prezintă bunuri sau servicii drept imitații sau replici ale unor bunuri sau servicii purtând o marcă de comerț sau o denumire comercială protejată sau care profită în mod neloial de reputația acestora.....	130
6. Comparație care discreditează sau denigrează elementele distinctive, bunurile, serviciile sau situația materială a unui concurent.....	137
7. Sancționarea publicității comparative interzise.....	138
7.1. Sancțiunile aplicate de către Ministerul Finanțelor Publice	138
7.2. Sancțiunile aplicate de către Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor	140
7.3. Sancțiunile aplicate de către Consiliul Național al Audiovizualului.....	141
7.4. Sancțiunile aplicate de către Consiliul Concurenței	143

CAPITOLUL 5

FOLOSIREA COPIILOR ÎN PUBLICITATE PUBLICITATEA DESTINATĂ COPIILOR.....	145
1. Normele internaționale	150
2. Normele comunitare	151
3. Normele naționale.....	155
4. Studiu de caz.....	171

4.1. Încălcarea dispozițiilor privind o comunicare onestă, adevărată și decentă, neinstigatoare la violență	174
4.2. Comunicarea comercială încalcă dispozițiile Codului etic pentru publicitatea adresată copiilor referitoare la produse alimentare	176

CAPITOLUL 6

DREPTUL LA PROPRIA IMAGINE.....185

1. Prevederi legale privind dreptul la propria imagine	191
2. Dreptul la memoria persoanei	212
3. Publicitatea mascată (comunicarea audiovizuală cu conținut comercial mascat)	219
4. Dreptul la nume	220
5. Stabilirea prejudiciului în cazul încălcării drepturilor referitoare la propria imagine, nume sau voce.....	228
6. Dreptul la propria imagine în mediul on line. Dreptul de a fi uitat.....	230
7. Caricatura.....	235

CAPITOLUL 7

REGULI PARTICULARE PRIVIND PUBLICITATEA

UNOR PRODUSE SAU SERVICII SPECIALE.....237

1. Medicamentele	240
2. Publicitatea suplimentelor alimentare	245
3. Publicitatea financiar-bancară	259
4. Publicitatea societăților cotate la bursă.....	263
5. Publicitatea la tutun.....	265

6. Publicitatea la alcool	269
7. Publicitatea la produse cosmetice	274
8. Publicitatea politică și electorală.....	280

CAPITOLUL 8

REGULI OBLIGATORII PRIVIND PUBLICITATEA PREȚURILOR ÎN CAZUL VÂNZĂRILOR CU PREȚ

REDUS.....	285
1. Vânzările de soldare	292
2. Vânzările promoționale	296
3. Vânzările de lichidare	301
4. Vânzările în magazine de fabrică	306
5. Vânzarea obiectelor de sezon	308

CAPITOLUL 9

REGULI PRIVIND PROMOȚIILE, LOTERIILE ȘI

CONCURSURILE	311
1. Campanii promoționale utilizate pentru stimularea vânzării produselor și serviciilor	314
1.1. Vânzarea cu prime.....	314
1.2. Practici comerciale interzise	315
1.3. Mențiuni speciale cu privire la promovarea produselor și serviciilor din Codul RAC.....	315
2. Concursurile.....	321
2.1. Participarea la loteria publicitară poate fi condiționată de achiziționarea produsului	322
2.2. Anunțurile de prezentare a unei loterii publicitare	323

2.3. Regulamentul loteriei.....	325
3. Dispoziții legale incidente în materie.....	332

CAPITOLUL 10

REGULI PRIVIND AMBALAREA ȘI ETICHETAREA

PRODUSELOR.337

1. Legislația aplicabilă și autoritățile competente privind supravegherea respectării regulilor referitoare la ambalarea și etichetarea produselor	340
2. Mențiuni obligatorii pe ambalaje și/sau etichete.....	343
3. Etichetarea produselor alimentare	345
3.1. Mențiunile obligatorii de aplicat pe ambalajul/ eticheta produselor alimentare	345
3.2. Responsabilitățile operatorilor economici din sectorul alimentar raportate la regulile privind corecta etichetare a produselor	349
4. Etichetarea suplimentelor alimentare	354
5. Cazuistica aplicării normelor privind etichetarea și ambalarea produselor	356
5.1. Comercializarea detergenților.....	357
5.2. Comercializarea pâinii și a produselor de panificație	359
5.3. Comercializarea unor alte varii produse alimentare	361
5.4. Comercializarea orezului	362
5.5. Etichetarea produselor cosmetice	364
5.6. Etichetarea produselor de post	369

5.7. Etichetarea produselor textile.....	370
6. Sancțiunile aplicabile în cazul nerespectării regulilor privind etichetarea	372

CAPITOLUL 11

DREPTUL DE AUTOR ÎN PUBLICITATE.....373

1. Opera publicitară – obiect al dreptului de autor	375
1.1. Înțelegerea noțiunii de „drept de autor”	375
1.2. Conținutul dreptului de autor	381
1.3. Protecția operei publicitare ca drept de autor.....	383
2. Încălcarea drepturilor de autor preexistente prin opera publicitară	390
2.1. Drepturi morale (art. 10 Legea nr. 8/1996).....	390
2.2. Dreptul patrimonial exclusiv de a decide dacă, în ce mod și când va fi utilizată opera (art. 12 și 13 din Legea nr. 8/1996).....	394
3. Sancțiunile încălcării drepturilor de autor asupra operei publicitare.....	406

CAPITOLUL 12

MARCA ȘI PUBLICITATEA..... 409

1. Catalizatorul publicității – marca.....	411
1.1 Evaluarea brandului	412
1.2 Standardul pentru evaluarea mărcilor.....	414
1.3 Evaluarea mărcii – activ intangibil	416
1.4. Pierderea caracterului de distinctivitate.....	419

2. Metode de a obține venituri în urma înregistrării mărcii.....	424
2.1. Marca – element esențial în contractul de franciză	424
2.2 Alte metode de a obține venituri în urma înregistrării unei mărci.....	428
3. Înregistrarea mărcii.....	429
4. Conflictele între marcă și firmă și între marcă și emblemă. Conflictele dintre marcă și numele de domeniu	440
5. Confracerea mărcilor	450