

SUPPORT DE CURS

LEGEA PUBLICITATII – CURS INTERACTIV

Cursul se adreseaza celor care au participat deja la primul curs pe teme de publicitate dar nu numai, dorind sa se constituie intr-o discutie libera, in evaluarea unor cazuri cunocute de public si de ce nu in rezolvarea unor spete propuse de participantii la curs avand drept tema publicitatea.

Astfel, vom relua discutiile de interes general legate de legea publicitatii, contractele de publicitate dar mai ales vom dezbate teme legate de codurile de buna practica in publicitate editate de organisme independente, de autoreglementare, cum este Romanian Advertising Council (RAC).

Aceste coduri, decurgand din Legea publicitatii si concepute in stransa legatura cu aceasta (Legea nr. 148 din 26 iulie 2000 cu modificarile si completarile ulterioare) stabilesc principiile dupa care trebuie sa se ghideze orice companie care isi promoveaza pe piata bunurile, produsele si serviciile. Scopul trasarii unor principii si a unor directii morale si echitabile in publicitate au in vizor in primul rand protectia consumatorului si in acelasi timp interesul persoanelor care desfasoara o activitate de productie, de comert, care presteaza un serviciu sau practica o meserie ori o profesie.

Codurile RAC, legea publicitatii si Codul de reglementare a continutului audiovizual stabilesc, la unison, in linii mari urmatoarele:

- publicitatea trebuie sa fie onesta, corecta, clara;
- este interzisa publicitatea subliminala – se va face o discutie separata folosindu-se si studii de caz pe acesta tema;
- publicitatea comparativa este permisa numai in anumite limite si cu indeplinirea anumitor conditii expres prevazute de lege;

- publicitatea nu va prejudicia respectul pentru demnitatea umana si morala publica, nu va include discriminari bazate pe rasa, sex, limba, origine, origine sociala, identitate etnica sau nationalitate,
- se interzice publicitatea care: atenteaza la convingerile politice sau religioase, exploateaza superstitiile, credulitatea sau frica persoanelor, incita la violenta, incurajeaza un comportament care prejudiciaza mediul inconjurator, favorizeaza consumul sau comercializarea de bunuri si servicii distribuite contrar prevederilor legii.

Se vor discuta prevederile speciale referitoare la publicitatea anumitor tipuri de substante, produse cu regim special, cum ar fi alcoolul, tutunul, anumite alimente, OTC-urile etc precum si sanctiunile aplicabile in cazul incalcarilor normelor in materie.

Un punct al discutiei se refera la normele si limitarile prevazute de publicitatea adresata minorilor – foarte multe restrictii fiind aplicabile in ce priveste publicitatea la alimente. Dat fiind faptul ca Romania se aliniaza rapid, din pacate, tarilor in care rata obezitatii infantile a crescut in ritm accelerat, producatorii locali si mai ales cei internationali care au ales ca piata de desfacere Romania, au hotarat si trasat un set de reguli de conduita in publicitatea produselor alimentare destinate minorilor, reguli care s-au concretizat intr-un Cod al Consiliului Roman pentru Publicitate (RAC).

In concluzie, cursul are in vederea dezbateri libere asupra anumitor dispozitii legale, asupra limitarilor impuse de lege sau de diverse organisme nonguvernamentale, discutii asupra neclaritatilor participantilor care au interferat cu problematica expusa, discutii pe cazuistica propusa.

Lector

Avocat Melania Floarea