

**PARLAMENTUL ROMÂNIEI**  
**CAMERA DEPUTAȚILOR**  
**Comisia pentru cultură, arte, mijloace de informare în masă**

**R A P O R T**

**asupra Propunerii legislative pentru modificarea și completarea Legii nr. 148/2000 privind publicitatea, publicată în Monitorul Oficial Partea I-a, nr. 359/2 august 2000**

Propunerea legislativă pentru modificarea și completarea Legii nr. 148/2000 privind publicitatea, publicată în Monitorul Oficial Partea I-a, nr. 359/2 august 2000 a fost transmisă Comisiei pentru cultură, arte, mijloace de informare în masă cu adresa nr. 489/18 noiembrie 2002, Comisia pentru cultură, arte, mijloace de informare în masă fiind sesizată în fond. Propunerea legislativă a fost trimisă spre avizare Comisiei juridice, de disciplină și imunități. Până la data elaborării raportului, acest aviz nu a fost primit. În redactarea raportului, Comisia a ținut cont și de avizul emis de Consiliul Legislativ.

Propunerea legislativă face parte din categoria legilor ordinare, potrivit prevederilor art. 72 din Constituție.

Propunerea legislativă a fost dezbătută în ședințele Comisiei din zilele de 4 și 5 decembrie 2002. În conformitate cu prevederile art. 51 și 52 din Regulamentul Camerei Deputaților, la dezbaterile Propunerii au participat, ca invitați, d-nul deputat Nicu Spiridon, inițiatorul Propunerii, d-nul Bogdan Enoiu, președintele Asociației Internaționale de Publicitate – Filiala România, d-nul Dan Ghițescu, reprezentantul Uniunii Române a Producătorilor de Cosmetice și Detergenți și d-na Andreea Stamate, reprezentantul Asociației Naționale a Băuturilor Răcoritoare.

La lucrările Comisiei au fost prezenți 16 deputați, din totalul de 19 membri ai Comisiei.

Raportul Comisiei a fost adoptat cu majoritatea voturilor celor prezenți în sală în momentul votării (10 voturi pentru și 1 abținere).

În urma dezbaterii, Comisia pentru cultură, arte, mijloace de informare în masă propune respingerea Propunerii legislative, având în vedere faptul că, pe fond, nu se poate considera că promoțiile cu premii pot induce în eroare cumpărătorii, astfel încât să fie asimilate cu publicitatea înșelătoare. De altfel, actuala definiție a publicității înșelătoare este conformă cu Directiva 97/36/CE, ceea ce face ca reglementarea actuală să fie aliniată legislației europene în materie. Modificarea definiției din Legea nr. 148/2000 ar implica redeschiderea negocierilor de aderare pentru Capitolul 23 (Protecția consumatorilor și a sănătății).

**PREȘEDINTE,**

**SECRETAR,**

**Mihai Adrian MĂLAIMARE**

**Ileana STANA IONESCU**

Consilier,

Expert,

Virgil Ștefan NIȚULESCU

Cristina DAN