

Nr. 239/03.04.2023

Către: **Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor (ANPC)**

În atenția: **Domnului Președinte, Horia Miron Constantinescu**

Stimate Domnule Președinte,

Subscrisa **FUNDAȚIA PENTRU APĂRAREA CETĂȚENILOR ÎMPOTRIVA ABUZURILOR STATULUI (FACIAS)**, persoană juridică română, cu sediul în România, București, Șos. Ghe. Ionescu Sisești nr. 70E, sector 1, cod fiscal 14083502, organizație non-guvernamentală, non-profit și apolitică, vă solicităm ca în baza dispozițiilor Legii nr. 544/2001 *privind liberul acces la informațiile de interes public*, să ne comunicați:

1. Care este autoritatea/instituția cu atribuții și rol în prevenirea și protejarea drepturilor cetățenilor de conținutul și publicitatea ilegală din presa tipărită?
2. Care este cadrul legislativ incident în domeniul protecției cetățenilor de publicitatea din presa scrisă care le poate aduce prejudicii?

Vă rugăm să ne comunicați relațiile solicitate la adresa de e-mail: office@facias.ro, în termenul legal.

FACIAS a fost sesizată cu privire la faptul că în Ziarul Libertatea, editia tiparita din data de 24 februarie 2023, a fost publicată o machetă referitoare la suplimentul alimentar VITA B17 în care apare informația falsă potrivit căreia ca fiind singura recomandată de experți.

"VITA B17 superconcentrată singura recomandată de experți! Diabet, Afecțiuni Oncologice, Gastrită, Alcoolism, Chisturi, Boli de ficat, Pancreas"

În macheta publicitară din ziar, se menționează „Când putem administra cu încredere VITA B17? Afecțiuni tumorale și ale sângelui; Hepatita A,B,C,D; Steatoză Hepatică; Pancreatită; Boli autoimune; Tensiune și afecțiuni cardiovasculare; Colesterol și trigliceride crescute; Reflux gastroesofagian; Gastrite, ulcer și constipație; Colon iritabil și colită; Alcoolism și intoxicații; Probleme cu tiroida; Afecțiuni pulmonare; Infecție cu candida; Chisturi; Depresie și afecțiuni neurologice”

II. Prevederile încălcate de către compania ROMHERBA

În accepțiunea noastră comunicarea comercială promovată de compania ROMHERBA încalcă legislația în vigoare în materie de comunicare, precum și prevederile Codului de practică în comunicarea comercială din următoarele considerente:

Pentru a proteja consumatorii și concurenții de practicile incorecte ale comercianților, legislația română ce a transpus legislația europeană a interzis publicitatea înșelătoare și a stabilit condițiile în care publicitatea comparativă este permisă.

Publicitatea înșelătoare este interzisă în România conform art. 4 din Legea nr. 158/2008 privind publicitatea înșelătoare și publicitatea comparativă. Aceasta este definită de lege ca fiind publicitatea care, în orice mod, inclusiv prin modul de prezentare, induce sau poate induce în eroare persoanele cărora i se adresează ori care iau contact cu aceasta și care, din cauza caracterului înșelător, poate afecta comportamentul economic al acestora sau care, din acest motiv, prejudiciază ori poate prejudicia un concurent.

În ceea ce privește publicitatea comparativă, se arată faptul că aceasta va fi considerată legală cât timp îndeplinește, în mod cumulativ, o serie de condiții, după cum urmează:

a) nu este înșelătoare, potrivit dispozițiilor art. 3 lit. b) și ale art. 5 din prezenta lege, precum și ale art. 5-7 din Legea nr. 363/2007 privind combaterea practicilor incorecte ale comercianților în relația cu consumatorii și armonizarea reglementărilor cu legislația europeană privind protecția consumatorilor, cu modificările ulterioare;

b) compară bunuri sau servicii care răspund aceluiași nevoi ori sunt destinate aceluiași scopuri;

c) compară, în mod obiectiv, una sau mai multe caracteristici esențiale, relevante, verificabile și reprezentative ale respectivelor bunuri ori servicii, care pot include și prețul;

d) nu discreditează sau denigrează mărcile, denumirile comerciale, alte semne distinctive, bunuri, servicii, activități ori situația unui concurent;

e) în cazul produselor cu denumire de origine, se referă, în fiecare caz, la produse cu aceeași denumire;

f) nu profită în mod neloial de reputația unei mărci, a unei denumiri comerciale sau a altor semne distinctive ale unui concurent ori a denumirii de origine a produselor concurente;

g) nu prezintă bunuri sau servicii ca imitații ori reproduceri ale bunurilor sau serviciilor purtând o marcă ori o denumire comercială protejată;

h) nu creează confuzie între comercianți, între cel care își face publicitate și un concurent sau între mărci, denumiri comerciale, alte semne distinctive, bunuri ori servicii ale celui care își face publicitate și cele ale unui concurent.

Raportând aceste dispoziții la anunțul publicitar mai sus prezentat, se observă faptul că nu sunt îndeplinite cumulativ condițiile în care publicitatea comparativă să fie permisă, întrucât mesajul

publicitar este înșelător, prin inducerea sau posibilitatea inducerii în eroare a persoanelor cărora i se adresează sau care iau contact cu acesta, putând afecta comportamentul lor economic ori putând prejudicia un concurent.

Prin urmare, se poate observa că publicitatea înșelătoare este interzisă pentru a proteja atât consumatorii de manipulare, cât și alți concurenți de efectele negative asupra activităților economice.

Pentru a ne afla în prezența unei publicități înșelătoare, trebuie îndeplinite în mod cumulativ mai multe condiții, precum:

1. Publicitatea induce sau poate induce în eroare.

În practică, publicitatea înșelătoare poate îmbraca mai multe forme care pot induce în eroare. În cazul de față, compania Romherba utilizează o sintagma șocantă, respectiv „singura recomandată de experți”. Or, această este o prezentare înșelătoare a produsului VITA B17 pentru afecțiunile enumerate în macheta publicitară a ziarului Libertatea.

2. Publicitatea poate afecta comportamentul economic al persoanelor sau poate prejudicia un concurent.

Prin caracterizarea produsului ca fiind „VITA B17 singura recomandată de experți” este limpede că se realizează o publicitate înșelătoare, fiind de natură să afecteze comportamentul economic al persoanelor, deoarece se realizează o manipulare a consumatorilor, având totodată potențialul de a prejudicia și alți concurenți.

Legea nr. 367/2007 privind combaterea practicilor incorecte ale comercianților în relația cu consumatorii și armonizarea reglementărilor cu legislația europeană privind protecția consumatorilor stipulează la art. 5 că practicile comerciale înșelătoare pot fi acțiuni înșelătoare sau omisiuni înșelătoare.

În continuare, art. 6 alin. 1 din Legea nr. 367/2007 prevede că o practică comercială este considerată ca fiind acțiune înșelătoare dacă aceasta conține informații false sau, în orice situație, inclusiv în prezentarea generală, induce în eroare sau este susceptibilă să inducă în eroare consumatorul mediu, astfel încât, în ambele ipoteze, fie îl determină, fie este susceptibilă a-l determina pe consumator să ia o decizie de tranzacționare pe care altfel nu ar fi luat-o, chiar dacă informațiile sunt, în fapt, corecte în raport cu unul sau mai multe dintre următoarele elemente:

a) existența sau natura produsului;

b) principalele caracteristici ale produsului, cum ar fi: disponibilitatea, avantajele, riscurile, fabricarea, compoziția, accesoriile, asistența acordată după vânzare și instrumentarea reclamațiilor, modul și data fabricației sau prestării, livrarea, capacitatea de a corespunde scopului, utilizarea,

cantitatea, specificațiile, originea geografică sau comercială, rezultatele care se pot obține din utilizarea sa, rezultatele și caracteristicile esențiale ale testelor sau controalelor efectuate asupra produsului;

c) perioada pentru care comerciantul se angajează, motivele utilizării practicii comerciale și natura desfășurării vânzării, precum și toate declarațiile sau toate simbolurile care ar induce o legătură între produs sau comerciant și o sponsorizare sau o aprobare, direct ori indirect;

d) prețul sau modul de calcul al prețului ori existența unui avantaj specific al prețului;

e) necesitatea service-ului, a unei piese separate, a înlocuirii sau a reparării;

f) natura, competențele și drepturile comerciantului sau ale reprezentantului său, cum ar fi: identitatea și patrimoniul, calificările sale, statutul, autorizarea, afilierea sau legăturile sale, drepturile de proprietate industrială, de autor sau comercială ori recompense și distincții primite;

g) drepturile consumatorului, inclusiv dreptul de a beneficia de reparare, de înlocuire sau de restituire a contravalorii ca urmare a rezoluției contractului, astfel cum sunt prevăzute de Legea nr. 449/2003 privind vânzarea produselor și garanțiile asociate acestora, sau riscurile pe care consumatorul le poate întâmpina.

Menționăm că FACIAS este o organizație non-guvernamentală, non-profit și apolitică, partener strategic al Consiliului Europei și al Comisiei Europene prin Asociația Europeană pentru Democrație Locală (ALDA), înființată în anul 2008 este specializată în activități de advocacy în domeniul drepturilor omului. În principal, preocuparea și demersurile noastre vizează apărarea cetățenilor împotriva abuzurilor statului și acționăm în calitate de membru al CIVICUS (World Alliance for Citizen Participation), al FRA (Agenția Uniunii Europene pentru Drepturi Fundamentale) și al rețelei internaționale Friends of Europe.

