

Expunere de motive

Prin modificările ce vor fi aduse legii nr. 148/2000, privind publicitatea, se urmărește includerea TV screen-urilor în legislația care reglementează publicitatea la băuturile spirtoase și obținerea acordului de difuzare a reclamelor publicitare la băuturile spirtoase pe suporturi de tipul TV screen.

Tehnologia utilizată de TV screen-uri oferă difuzarea materialelor publicitare conform cerințelor precizate în legea nr. 148/2000, privind publicitatea, ținând cont de modificările aduse prin legea 283/2002, Ordonanța guvernului 17/2003, Ordonanța guvernului 90/2004, Legea 457/2004 și Legea 258/2008. Astfel, circuitul reclamelor rulate pe un TV screen poate fi reglat automat, în așa măsură încât reclamele la băuturile spirtoase să fie difuzate într-un interval orar bine stabilit, un interval orar care să țină cont de reglementările privind difuzarea unor astfel de produse. Facem referire aici în special la *Codul de reglementare a conținutului audiovizual* adoptat de CNA în 2006, astfel că, orice formă de publicitate la băuturile spirtoase se va realiza în intervalul orar 22:01-05:59.

Publicitatea prin TV screen-uri se diferențiază și se distanțează de celelalte instrumente de publicitate, prin tehnologia folosită. În acest sens, TV screen-urile sunt incluse într-o formă de publicitate mult mai dezvoltată, tehnologizată și bine pusă la punct, ușor de controlat, o formă de publicitate utilizată la scară largă și cu mare succes în țări ca Statele Unite ale Americii, Rusia sau Olanda, dar și țări precum Israel ori Bulgaria.

Posibilitățile pe care le oferă acest canal de comunicare publicitară trebuie exploatate în mod inteligent, fără să afecteze oamenii sau să încalce prevederile legislative, dar numai printr-o legislație specifică, actualizată. Evoluția tehnologiei digitale nu trebuie privită drept un lucru negativ, ci ca un mijloc de transmitere mult mai clară, controlată și segmentată a informației. Industriei publicitare trebuie să i se permită dezvoltarea, în baza unor reglementări specifice, firește, iar precum alte industrii, și publicitatea outdoor este generatoare de venituri atât de utile și necesare comunității locale.

Având în vedere aceste considerente, supun dezbaterii și aprobării Parlamentului, prezenta propunere legislativă.

Inițiatori:

Anexăm alăturat tabelul cu semnatarii inițiativei legislative:

