

CAMARA DE DIPUTADOS DE LA NACION MESA DE ENTRADAS	
26 AGO 2002	
SEC. D	5235 HORA. 1960

H. Cámara de Diputados de la Nación

Buenos Aires, 14 de agosto de 2002

Al Señor Presidente de la Honorable Cámara de Diputados de la Nación, don Eduardo O. Camaño.

S/D

De mi mayor consideración:

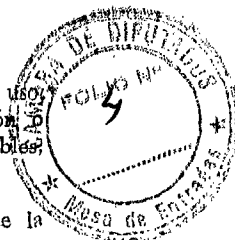
Tengo el agrado de dirigirme a Ud. con el objeto de solicitar la reproducción del proyecto de ley de mi autoría, con expediente 4181-D-2000, de Modificación del artículo 9º e incorporación del artículo 9º bis a la ley 22802, de lealtad comercial, sobre publicidad y promoción de premios, presentado con fecha 7 de julio de 2000.

A tal efecto se adjunta original.

Sin otro particular, hago propicia la oportunidad para saludarlo muy cordialmente.

DR. HORACIO F. PERNASETTI
Diputado de la Nación

calidad, pureza, mezcla, cantidad, uso, precio, condiciones de comercialización, técnicas de producción de bienes muebles, inmuebles o servicios.



Art. 3º — Incorpórase como artículo 9º bis de la ley 22.802, el siguiente:

Artículo 9º bis:

- a) Todo medio gráfico, radiofónico, televisivo, cinematográfico, informático o cualquier otro medio de difusión pública que pauté espacios publicitarios para difundir bienes y/o servicios, cuya estrategia de comercialización esté basada en planes de captación de ahorro público con promesa de beneficio o contraprestación futura, deberá constatar previamente a su difusión, que las empresas productoras o comercializadoras de tales bienes o servicios y los planes propuestos cuenten con la autorización pertinente de la Inspección General de Justicia;
- b) Todo medio gráfico, radiofónico, televisivo, cinematográfico, informático o cualquier otro medio de difusión pública que, a través de sus espacios publicitarios haya realizado efectivamente la difusión de bienes y/o servicios cuya forma de venta esté basada en planes de captación de ahorro público con promesa de beneficio o contraprestación futura, producidos o comercializados por empresas o respecto de planes que no cuentan con la autorización pertinente para operar en el mercado, resultará solidariamente responsable por los eventuales daños o perjuicios derivados del no cumplimiento del plan publicado;
- c) Toda entidad bancaria o de servicios de cobro, que preste tal servicio a empresas proveedoras de bienes o servicios cuya comercialización esté basada en planes de captación de ahorro público con promesa de beneficio o contraprestación futura, deberá constatar previamente a brindar tal servicio de cobranza, que las empresas productoras o comercializadoras de tales bienes o servicios y los planes que cobren cuenten con autorización pertinente de la Inspección General de Justicia;
- d) Toda entidad bancaria o de servicios de cobro que haya prestado dicho servicio a empresas proveedoras de bienes o servicios cuya forma de comercialización esté basada en planes de captación de ahorro público con promesa de beneficio o contraprestación futura y que no cuentan con la autorización pertinente para operar de tal modo o por tales planes, será solidaria-

7

PROYECTO DE LEY

El Senado y Cámara de Diputados,...

Buc

MODIFICACION DE LA LEY 22.802, DE LEALTAD COMERCIAL

Artículo 1º — Modifícase el título del capítulo III de la ley 22.802: "De la publicidad y promoción mediante premio", el que quedará redactado de la siguiente forma: "De la publicidad de bienes muebles, inmuebles o servicios y promoción mediante premios".

Art. 2º — Modifíquese el artículo 9º de la ley 22.802, el que quedará redactado de la siguiente forma:

Artículo 9º:

- a) A los fines de esta ley se define contrato de publicidad a aquel por el que un anunciante encarga a una agencia de publicidad, mediante una contraprestación, la ejecución de publicidad, presentación o propaganda y la creación, preparación o programación de la misma a través de un medio gráfico, radiofónico, televisivo, cinematográfico, informático o cualquier otro medio de información pública;
- b) Se define como engañosa toda publicidad, presentación o propaganda que de cualquier manera induzca o sea capaz de inducir a errores a su destinatario, pudiendo afectar su comportamiento económico, o perjudicar o ser capaz de perjudicar a un competidor;
- c) Queda prohibida la realización de cualquier clase de presentación, de publicidad o propaganda engañosa que mediante inexactitudes u ocultamientos pueda inducir a error o confusión respecto de las características o propiedades, naturaleza, origen,

mente responsable por los eventuales daños o perjuicios a terceros derivados del no cumplimiento de los planes por los cuales prestó servicio de cobro.

Art. 4º.— Comuníquese al Poder Ejecutivo.

Horacio F. Pernusetti. — Raúl E. Buggini. — Marta I. Di Leo. — Carlos R. Iparraguirre. — Fortunato R. Cambareti. — Mario R. Negri. — Eduardo Santin. — Margarita R. Stolzizer. — Alicia A. Castro. — Carlos A. Ramirez. — Jorge R. Pascual. — Alfredo E. Allende. — Héctor R. Romero. — José G. Durnán.