

BỘ VĂN HOÁ, THÔNG
TIN, THỂ THAO VÀ DU
LỊCH-ỦY BAN KHOA
HỌC NHÀ NƯỚC
Số: 1191/TT-LB

CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc
Hà Nội, ngày 29 tháng 6 năm 1991

THÔNG TƯ

CỦA LIÊN BỘ ỦY BAN KHOA HỌC NHÀ NƯỚC
VÀ BỘ VĂN HOÁ - THÔNG TIN - THỂ THAO VÀ DU LỊCH
SỐ 1191/TT-LB NGÀY 29-6-1991
QUY ĐỊNH VỀ VIỆC QUẢN LÝ NHÃN VÀ QUẢNG CÁO
SẢN PHẨM HÀNG HOÁ.

Trong thời gian qua, công tác thông tin quảng cáo sản phẩm, hàng hoá đã có những đóng góp nhất định vào việc thúc đẩy sự phát triển nền kinh tế hàng hoá nhiều thành phần của nước ta. Song công tác quảng cáo sản phẩm, hàng hoá và quản lý nhãn (trong đó có vấn đề quản lý in và sử dụng nhãn sản phẩm và nhãn hiệu hàng hoá) đã bộc lộ nhiều thiếu sót: nội dung quảng cáo sản phẩm, hàng hoá thiếu cơ sở pháp lý và tính khoa học, thậm chí sai lệch về trình độ và mức chất lượng sản phẩm, hàng hoá, gây rối loạn thông tin, làm mất lòng tin của người tiêu dùng đối với chất lượng sản phẩm, hàng hoá; đồng thời tạo nên sự cạnh tranh không lành mạnh trong sản xuất, buôn bán. Việc in và buôn bán nhãn và bao bì đã in sẵn nhãn sản phẩm, nhãn hiệu hàng hoá còn tùy tiện, đã tạo sơ hở cho hàng giả phát triển.

Hiện nay Nhà nước đã ban hành Luật báo chí, Pháp lệnh chất lượng hàng hoá; Nghị định về kiểm tra và xử lý việc sản xuất, buôn bán hàng giả; Bộ Văn hoá - Thông tin - Thể thao và Du lịch đã ra Chỉ thị về công tác quảng cáo số 738/VP ngày 10-8-1990. Để việc quản lý nhãn và quảng cáo sản phẩm, hàng hoá theo đúng pháp luật và thúc đẩy nền kinh tế phát triển lành mạnh; Ủy ban Khoa học Nhà nước và Bộ Văn hoá - Thông tin - Thể thao và Du lịch thống nhất quy định như sau:

1. Quảng cáo sản phẩm hàng hoá là hoạt động nhằm cung cấp cho người tiêu dùng những thông tin về sản xuất, buôn bán, về chất lượng, cách thức sử dụng và bảo quản, điều kiện bảo hành sản phẩm, hàng hoá... thông qua các ấn phẩm, panô, áp phích, các phương tiện nghe nhìn...