

CONSILIUL ECONOMIC ȘI SOCIAL

Inregistrat nr. 1765

Data 7.04.2004

AVIZ

referitor la proiectul de Lege privind publicitatea și sponsorizarea pentru produsele din tutun

CONSILIUL ECONOMIC ȘI SOCIAL

În temeiul Art.6 lit.(a) din Legea 109/1997, cu modificările și completările ulterioare, avizează **FAVORABIL** prezentul proiect de act normativ.

Președinte

Ion GIURESCU



Tabel de concordanță a Directivei CE nr. 33/ 2003 cu legislația românească în vigoare

Art.	Dir. 33/ 2003 privind măsurile legislative și reglementările Statelor Membre privind publicitatea și sponsorizarea pentru produsele din tutun	Art.	Proiect de lege privind publicitatea și sponsorizarea pentru produsele din tutun	Legislația actuală
1	Obiectivul acestei Directive este de a reglementa legile, reglementările și măsurile administrative ale Statelor Membre privind publicitatea produselor din tutun, precum și promovarea acestora: a) în presă și alte publicații tipărite b) radio c) în servicii ale societății informaționale d) sponsorizarea privind tutunul, inclusiv distribuirea gratuită a produselor din tutun Aceasta directiva intenționează să asigure libera circulație a media si a serviciilor conexe si sa elimine obstacolele Pieței Interne	1	Prezenta lege stabilește măsuri cu privire la publicitatea produselor din tutun, precum și cu privire la promovarea acestora în presă și alte publicații tipărite, în emisiuni radiodifuzate, prin servicii ale societății informaționale și prin sponsorizarea în domeniul tutunului, inclusiv prin distribuirea gratuită a produselor din tutun, în vederea prevenirii consumului produselor din tutun.	
2	(1) În contextul acestei directive se aplică următoarele definiții: a. produse din tutun înseamnă produse pentru fumat, prizat, supt, mestecat b. publicitate înseamnă orice forma de comunicare cu scopul direct sau indirect al promovării produselor din tutun c. sponsorizare înseamnă orice formă de contribuție publică sau privată pentru orice eveniment, activitate sau persoană cu scopul sau având ca efect direct ori indirect promovarea produselor din tutun d. servicii ale societății informaționale înseamnă servicii în înțelesul art. 1(2) din Directiva CE 34/ 98 a Parlamentului European și a Consiliului, din 22 iunie 1998, referitoare la procedura pentru informațiile în domeniul standardelor și reglementărilor tehnice, precum și în domeniul regulilor pentru servicii ale societății informaționale.	2.	În sensul prezentei legi, termenii și expresiile de mai jos au următoarele semnificații: a) <i>produse din tutun</i> produsele destinate fumatului, prizatului, suptului sau mestecatului, fabricate total ori parțial din tutun, modificat genetic sau nu b) <i>publicitate</i> orice formă de comunicare comercială care are ca scop sau ca efect direct sau indirect promovarea unui produs din tutun c) <i>sponsorizare</i> orice formă de contribuție publică sau privată pentru orice eveniment, activitate sau persoană cu scopul sau având ca efect direct ori indirect promovarea produselor din tutun d) <i>servicii ale societății informaționale</i> orice servicii de acest tip, astfel cum sunt definite de art.1 pct.1 din Legea nr. 365/2002 privind	Ordonanța nr.13 din 2003 art.2 lit.a

			comerțul electronic.	
3	Publicitatea în media scrisă și în serviciile societății informaționale a) publicitatea în presă și alte publicații tipărite va fi limitată numai pentru profesioniștii în domeniul afacerilor cu tutun și publicațiilor tipărite și publicate într-o a treia țară, unde aceste publicații nu sunt în principal tipărite pentru piața Comunităților Europene b) Publicitatea care nu este permisă în presă și alte publicații tipărite nu va fi permisă nici prin servicii ale societății informaționale.	3.	1) Se interzice publicitatea produselor din tutun: a) în presa scrisă și alte publicații tipărite; d) prin servicii ale societății informaționale; (2) Publicitatea pentru produsele din tutun este permisă numai în publicații destinate în mod exclusiv profesioniștilor din domeniul industriei tutunului și în publicații care nu au fost editate ori tipărite în România sau într-un stat membru al Uniunii Europene și nici nu sunt destinate în principal pieței românești sau celei comunitare. (3) Prin excepție de la alin.(1) lit. d) este permisă publicitatea produselor din tutun prin servicii ale societății informaționale în condițiile prevăzute la alin. (2).	Legea 148 / 2000, art. 10 lit. a), b)
4.	Publicitatea și sponsorizarea radio: (1) Toate formele de publicitate pentru produsele din tutun prin programele radio este interzisă (2) Programele radio nu vor fi sponsorizate de întreprinderi a căror principală activitate este aceea de a produce sau vinde produse din tutun	5	Pentru publicitatea produselor din tutun prin intermediul serviciilor de radiodifuziune și sponsorizarea programelor de radiodifuziune se aplică prevederile Legii audiovizualului nr. 504/2002.	

5	Sponsorizările evenimentelor (1) Sponsorizarea evenimentelor sau activităților care implică / au loc în anumite State Membre sau ale căror efecte sunt extinse în afara granițelor vor fi interzise. (2) Orice distribuire gratuită a produselor din tutun în contextul sponsorizării evenimentelor la care se face referire paragraful 1, având ca scop direct sau indirect promovarea acestor produse va fi interzisă.	4	(1) Se interzice sponsorizarea evenimentelor sau activităților care au loc în sau la care participă România și cel puțin un alt stat membru al Uniunii Europene sau care au efecte transfrontaliere. (2) Se interzice distribuirea gratuită a produselor din tutun în contextul sponsorizării evenimentelor cuprinse la alin. (1), având ca scop ori ca efect direct sau indirect promovarea produselor din tutun .	
6	Raportare Până în 20 iunie 2008, Comisia va trebui să prezinte un raport către Parlamentul European, Consiliu și Comitetul Social și Economic European în vederea implementării acestei Directive. Acest raport va fi însoțit de orice propunere / amendament la această Directivă, pe care Comisia le consideră necesare.			
7	Penalități și constrângeri Statele Membre vor impune regulile de penalizare aplicabile acelor care încalcă clauzele naționale adoptate în vederea respectării acestei Directive și va lua toate măsurile care să asigure implementarea Directivei. Penalizările prevăzute trebuie să fie adecvate. Statele Membre vor notifica aceste reguli Comisiei cel mai târziu până la data specificată în art. 10 și vor notifica fără întârziere despre orice amendamente ulterioare care produc modificări. Aceste regulamente trebuie să includă clauzele care sa garanteze ca persoanele sau organizațiile care , conform	6	Constituie contravenții, dacă nu au fost săvârșite în astfel de condiții încât potrivit legii penale să fie considerate infracțiuni următoarele fapte și se sancționează după cum urmează: 1.a)nerespectarea prevederilor art. 3 alin.(1) și art. 4, alin (1) se sancționează cu amendă contravențională de la 25.000.000 la 50.000.000 lei; b)nerespectarea prevederilor art. 4, alin (2) și se sancționează cu amendă contravențională de la 5.000.000 la 10.000.000 lei ; în cazul în care contravenientul este elev sau student,	

	legislației naționale, pot justifica un interes legitim în suspendarea publicității, sponsorizării sau altor activități incompatibile cu această Directivă, pot întreprinde acțiuni legale împotriva publicității sau sponsorizării ori să le aducă în atenția unei instituții administrative competente sau să instituie măsuri legale corespunzătoare.		fapta se sancționează cu amendă de la 5.000.000 lei la 10.000.000 lei sau cu prestarea unei activități în folosul comunității pe o durată de 50 de ore , pentru contravenienții majori, respectiv pe o durată de 25 de ore pentru contravenienții minori, în condițiile legii. 2. a doua abatere de la prevederile art.4 alin.(1) se sancționează cu amenda contravențională prevăzută la alin. 1a) și cu suspendarea temporară a activității, de către instituțiile competente.	
		7	(1)Constatarea contravențiilor și aplicarea sancțiunilor se fac de către persoanele împuternicite în acest sens din Ministerul Sănătății și Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor conform prevederilor legale în vigoare. (2)Contravenientul poate achita, pe loc sau în termen de cel mult 48 de ore de la data încheierii procesului-verbal ori, după caz, de la data comunicării acestuia, jumătate din minimul amenzii prevăzute la art.6, agentul constator făcând mențiune despre această posibilitate în procesul-verbal. (3)Contravențiilor prevăzute la art. 6 li se aplică dispozițiile Ordonanței Guvernului nr. 2/2001 privind regimul juridic al contravențiilor, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 180/2002, cu	

			modificările ulterioare (4)Persoanele sau organizațiile care pot justifica existența unui interes legitim în suprimarea unei publicități, sponsorizări sau unei alte activități incompatibile cu prevederile prezentei legi pot acționa în justiție împotriva uneia dintre aceste activități sau sesiza instituția administrativă competentă, pentru ca aceasta din urmă să se pronunțe cu privire la sesizare sau să instituie procedurile corespunzătoare.	
8	Libera circulație a produselor și serviciilor Statele Membre nu vor putea interzice sau restricționa circulația liberă a produselor sau serviciilor care respectă prevederile acestei Directive.			
		8. 9.	(1) La data intrării în vigoare a prezentei legi art. 10 punctul b) din Legea nr. 148/2000 privind publicitatea, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I nr. 359 din 02.08.2000, cu modificările și completările ulterioare, se abrogă. (2)Prezenta lege intră în vigoare la data de 31 decembrie 2006 Prezenta lege transpune Directiva nr. 2003/33/CE privind armonizarea dispozițiilor legislative, de reglementare sau administrative ale statelor membre cu privire la publicitatea și sponsorizarea pentru produsele din tutun, publicată în Jurnalul Oficial al Comunităților Europene (JOCE) nr. L 152 din 20.06.2003 și unele dispoziții din Recomandarea nr.2003/54/CE cu privire la prevenirea	

9.	Recomandarea CE/ 54/2003 privind prevenirea fumatului și a inițiativelor de a îmbunătățire a controlului asupra tutunului Art. 2 Se recomandă Statelor Membre să adopte măsuri legislative și sau administrative în vederea interzicerii, în conformitate cu constituțiile sau cu principiile constituționale naționale, formele de publicitate și promovare următoare: a) utilizarea mărcilor de tutun pe produse sau servicii, altele decât cele din industria tutunului b) c) utilizarea și comunicării tehnicilor de promovare a vânzărilor, cum sunt reducerile, cadourile, premiile sau posibilitatea de a participa la un concurs sau joc promoțional în cinematografe d) utilizarea de panouri, afișelor și a altor tehnici de publicitate de interior sau de exterior (cum ar fi publicitatea pe automatele pentru vânzarea produselor din tutun) e) publicitatea în cinematografe 	3.	fumatului și la inițiativele de îmbunătățire a controlului asupra tutunului. 1) Se interzice publicitatea produselor din tutun: b) în cinematografe; c) panouri publicitare; e) prin folosirea mărcilor de tutun pe produse sau servicii, altele decât cele din industria tutunului; f) prin vânzarea de dulciuri sau jucării destinate copiilor și fabricate cu intenția evidentă de a da produsului și/sau ambalajului său asemănarea cu un tip de produs din tutun;	
----	--	----	---	--