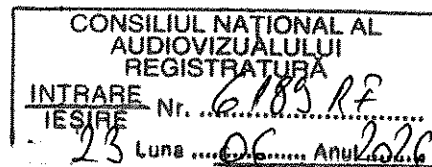


Către,

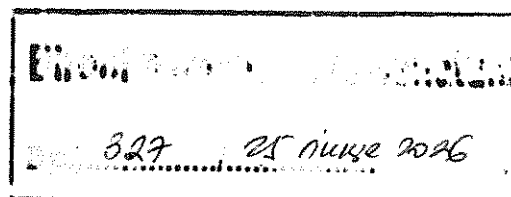
PARLAMENTUL ROMÂNIEI – SENAT

Calea 13 Septembrie nr. 1-3, sector 5, București, cod poștal: 050711

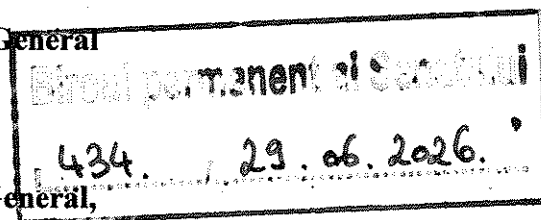
Tel.: +40 21 414 1111; +40 21 316 0300



Referitor la: adresa dumneavoastră nr. XXXV 2503/26.05.2026,
înregistrată la CNA sub nr. 6189/03.06.2026



În atenția Domnului Mario - Ovidiu OPREA, Secretar General



Stimate Domnule Secretar General,

Întrunit în ședință publică în data de **23 iunie 2026**, Consiliul Național al Audiovizualului a analizat **„Propunerea legislativă pentru modificarea și completarea Legii nr. 201/2016 privind stabilirea condițiilor pentru fabricarea, prezentarea și vânzarea produselor din tutun și a produselor conexe și de modificare a Legii nr. 349/2002 pentru prevenirea și combaterea efectelor consumului produselor din tutun, precum și pentru modificarea și completarea Legii nr. 349/2002 pentru prevenirea și combaterea efectelor consumului produselor din tutun” (b327/21.05.2026)** și a acordat **aviz negativ**, cu următoarele observații:

Proiectul de Lege **B327/2026** urmărește modificarea și completarea cadrului legislativ în materia produselor din tutun și a produselor conexe, în special cele care vizează stabilirea condițiilor pentru fabricarea, prezentarea și vânzarea produselor din tutun și a produselor conexe (Legea nr. 201/2016) și prevenirea și combaterea efectelor consumului produselor din tutun (Legea nr. 349/2002).

Conform expunerii de motive, prin inițiativa legislativă se preconizează ca produsele din tutun și produsele conexe destinate adulților să nu fie ambalate, promovate și vândute ca produse atractive pentru copii, anume **să nu mai fie promovate agresiv prin mijloace digitale** și să nu mai poată fi cumpărate ori primite de minori prin lipsa verificării reale a vârstei.

În contextul analizării proiectului de Lege B327/2026, constatăm că acesta **conține la Art. I pct. 3 dispoziții cu incidență asupra domeniului audiovizualului**, prin care se intenționează introducerea unui nou alineat la art. 20, după alineatul (12), din Legea nr. 201/2016, alin. (12¹), cu următorul cuprins:

„(12¹) În sensul alin. (12), **sunt interzise inclusiv promovarea directă sau indirectă a Țigaretelor electronice și a flacoanelor de reumplere prin rețele de socializare, platforme electronice de partajare a conținutului video, servicii de transmitere în direct prin internet, pagini electronice, aplicații informatice pentru telefoane mobile, coduri de reducere, legături electronice care generează comisioane sau alte avantaje materiale, recenzii comerciale, prezentări de despachetare, concursuri, tombola, campanii cu premii, distribuire gratuită de mostre, plasare de produs ori orice altă formă de comunicare comercială realizată contra cost sau în schimbul unui avantaj material, care are ca scop sau ca efect promovarea acestor produse.**”

Având în vedere că se face trimitere la alin. (12) al art. 20 din Legea nr. 201/2016, redăm conținutul acestuia pentru lit. a) și c), deoarece se vor face câteva raportări la acele dispoziții:

„(12) Se interzice publicitatea pentru Țigaretelor electronice și flacoanele de reumplere:

a) **în serviciile societății informaționale, în presă sau în alte publicații tipărite, cu excepția publicațiilor și materialelor destinate exclusiv profesioniștilor din domeniul comerțului cu Țigaretelor electronice și flacoane de reumplere și cu excepția publicațiilor și a materialelor care sunt imprimate și publicate în țări terțe, în cazul în care respectivele publicații sau materiale nu sunt destinate în mod principal pieței Uniunii Europene;(...)**

c) **publicitatea care intră sub incidența Legii audiovizualului nr. 504/2002, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 534 din 22 iulie 2002, cu modificările și completările ulterioare; (...).**”

Din perspectiva domeniului audiovizual, propunerea alin. (12¹) din proiectul de Lege extinde interdicțiile prevăzute la alin. (12) lit. a) și c) din art. 20 din Legea nr. 201/2016. În prezent, **publicitatea** pentru Țigări, alte produse din tutun, Țigaretelor electronice, inclusiv de tip vape, produse destinate inhalării fără ardere din înlocuitori de tutun, dispozitive electronice pentru încălzirea tutunului și a produselor destinate inhalării fără ardere din înlocuitori de tutun, precum și pentru pliculețele cu nicotină pentru uz oral (pouch-uri) și flacoane de reumplere **este interzisă, inclusiv sub incidența Legii audiovizualului nr. 504/2002, cu modificările și completările ulterioare.**

Alin. (12¹) din proiect precizează explicit că sunt interzise inclusiv formele de promovare în mediul online – cum sunt „rețele de socializare, platforme electronice de partajare a conținutului video, servicii de transmitere în direct prin internet, pagini electronice”.

În ceea ce privește expresia „rețele de socializare, platforme electronice de partajare a conținutului video”, considerăm că aceasta ar trebui ajustată la cadrul legal specific, respectiv: „platforme de servicii de socializare în rețea” (termen definit prin Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 155/2024 privind instituirea unui cadru pentru securitatea cibernetică a rețelilor și sistemelor informatice din spațiul cibernetic național civil) și „platforme de partajare a materialelor video” (termen definit prin Legea audiovizualului nr. 504/2002, cu modificările și completările ulterioare).

Sintagma „servicii de transmitere în direct prin internet, pagini electronice” cuprinde doi termeni lipsiți de precizie și necesită reanalizare. În mod particular, „servicii de transmitere în direct prin internet” intră deja sub incidența categoriei serviciilor media audiovizuale transmise prin internet (rețea de comunicații electronice), definite de Legea audiovizualului nr. 504/2002, cu modificările și completările ulterioare. În ceea ce privește „pagini electronice”,

această noțiune este ambiguă și necesită clarificare pentru a evita incertitudinii juridice. Celelalte forme din cadrul alin. (12¹) propus nu intră în competența Consiliului Național al Audiovizualului, cu excepția „*ori orice altă formă de comunicare comercială*” și doar dacă sunt comunicări comerciale audiovizuale transmise prin intermediul serviciilor definite de Legea audiovizualului.

Prin coroborarea alin. (12) al art. 20 din Legea nr. 201/2016 cu alin. (12¹) propus, se constată că „*rețele de socializare, platforme electronice de partajare a conținutului video*” sunt deja prevăzute sau cuprinse la lit. a) și c) ale art. 20 alin. (12) din legea invocată. Altfel spus, rețelele de socializare sunt considerate servicii ale societății informaționale, iar platformele de partajare a materialelor video sunt servicii definite de Legea audiovizualului nr. 504/2002, cu modificările și completările ulterioare.

În acest sens, publicitatea difuzată în mediul online se încadrează la dispozițiile art. 20 alin. (12) lit. c) din Legea nr. 201/2016, mai ales ținând cont de faptul că Consiliul Național al Audiovizualului are competență asupra conținutului online difuzat de serviciile media audiovizuale sau cel difuzat prin intermediul platformelor online, unde autoritatea poate acționa în temeiul Legii nr. 50/2024 de aplicare a Regulamentului privind serviciile digitale nr. (UE) 2022/2065, putând emite decizii de sancționare sau decizii privind ordinele de a acționa împotriva conținutului ilegal încărcat și distribuit pe platformele online.

Textul de la alin. (12¹) propus pentru art. 20 din Legea nr. 201/2016 nu modifică principiul interdicției, ci îl extinde și clarifică, acoperind toate formele de comunicare comercială cu efect de promovare a produselor vizate, inclusiv cele indirecte sau mascate, astfel, în raport cu structura normativă a art. 20 din Legea nr. 201/2016, apreciem că soluția legislativă propusă la alin. (12¹) nu este necesară din perspectiva aplicabilității, întrucât elementele vizate de aceasta se regăsesc deja, cel puțin parțial, în sfera de aplicare a alin. (12) lit. a) și c) din același articol.

Așadar, în măsura în care se urmărește o clarificare și o detaliere a interdicțiilor privind mediul online și audiovizual, soluția normativă adecvată ar fi modificarea alin. (12) prin integrarea expresă a acelor tipuri de servicii din mediul online și audiovizual, și nu instituirea unui nou alineat distinct.

O asemenea abordare ar asigura unitatea reglementării și coerența normativă a textului, evitând suprapuneri între dispozițiile alin. (12) și cele ale alin. (12¹), având în vedere că publicitatea în mediul online este deja subsumată, în parte, lit. a) și c) ale alin. (12), inclusiv în ceea ce privește serviciile media audiovizuale și serviciile societății informaționale.

În consecință, pentru asigurarea clarității și a securității juridice, apreciem că, în ipoteza în care se dorește explicitarea expresă a mediului online, aceasta ar trebui realizată prin reformularea alin. (12), iar nu prin adăugarea unui alineat nou.

Cu deosebită considerație

VALENTIN-ALEXANDRU JIHA
VICEPREȘEDINTE

