

EXPUNERE DE MOTIVE

Proiect de lege pentru modificarea unor acte normative în domeniul reglementării produselor din tutun

Jumătate din decesele din România sunt atribuite factorilor de risc evitabili. Fumatul continuă să fie principalul factor de risc evitabil pentru cancer, 17% dintre decese fiind determinate de boli cauzate de fumat. 27% dintre neoplasme sunt legate cauzat de consumul de tutun. Nouă din zece cancere pulmonare sunt determinate de fumat, în România cancerul pulmonar fiind cel mai frecvent cancer la bărbați și al 4-lea ca frecvență la femei. Cancerul pulmonar reprezintă principala cauză de mortalitate neoplazică din România, respectiv 20% dintre toate decesele de cauză neoplazică. În fiecare an, în România sunt diagnosticate în jur de 11.000 de cazuri noi de cancer pulmonar, reprezentând aproximativ 13% din totalul cazurilor noi de cancer. Supraviețuirea la 5 ani a pacienților cu cancer pulmonar din România este de doar 10%, în timp ce în alte țări europene, precum Norvegia sau Suedia, acest procent este dublu. În fapt rata mortalității prin cancer pulmonar este în creștere în România cu 11% comparativ cu anul 2000.

Unul din cinci români fumează zilnic, rata fumatului fiind mult mai mare la bărbați – 31% comparativ cu femeile – 8%. Cel mai îngrijorător însă este consumul de tutun în rândul adolescenților. Aproape o treime dintre copiii de 15-16 ani au fumat în ultima lună pe parcursul anului 2019, media UE fiind de 21%. Rata fumatului rămâne neschimbată comparativ cu anul 2014 neexistând diferențele între băieți și fete raportate în rândul adulților. Dacă includem în analiză și țigarele electronice, 40% dintre adolescenții de 15-16 ani din România au raportat că au fumat în ultima lună în anul 2019 – cea mai mare proporție dintre toate statele membre UE, unde media a fost de 28%. De altfel aproape trei sferturi dintre fumători declară că au fumat pentru prima dată înainte de a împlini vârsta de 18 ani, iar pentru 12,4% apariția acestui comportament se întâmplă înainte de împlinirea vârstei de 14 ani.

Unul dintre obiectivele Planului European de luptă împotriva Cancerului este o generație liberă de tutun în care să avem sub 5% din populație fumătoare. Organizația Mondială a Sănătății recomandă obiective intermediare în aceeași linie – o reducere relativă cu 30% până în 2030 a prevalenței fumatului comparativ cu anul 2010. Astfel, pentru realizarea acestor obiective, în Planul European una dintre măsurile recomandate este reglementarea mai strictă a publicității, promovării și a promoțiilor la produse din tutun.

De altfel și în Planului Național de Prevenire și Combateră a Cancerului este prevăzută ca măsură pentru ameliorarea expunerii la factori de risc asociați cu apariția cancerului „revizuirea reglementărilor privind publicitatea produselor din tutun și nicotină pentru reducerea expunerii copiilor și tinerilor la produsele din tutun”. Toate aceste măsuri sunt consonante cu Convenția Cadru a Organizației Mondiale a Sănătății privind Controlul Tutunului – document de bază care însumează coordonat obiectivele, principiile directe și obligațiile generale ale statelor semnatare, printre care și România. Astfel, art. 13 al documentului menționat prevede: „Fiecare parte, cu respectarea Constituției sau a principiilor sale constituționale, instituie o interdicție

globală a oricărui tip de publicitate în favoarea tutunului și a promovării și sponsorizării de orice fel a tutunului. Această interdicție, sub rezerva cadrului juridic și a mijloacelor tehnice de care dispune această parte, include interdicția globală a publicității, a promovării și a sponsorizării transfrontaliere pe teritoriul său.”

În ceea ce privește reglementările comunitare, Directiva privind publicitatea pentru produsele din tutun (2003/33/CE) interzice, la nivelul UE, publicitatea și sponsorizarea transfrontalieră în favoarea tutunului prin alte mijloace de comunicare în masă decât televiziunea. Interdicția este valabilă pentru presa scrisă, radio, internet și pentru sponsorizarea evenimentelor. Distribuirea gratuită de produse din tutun este interzisă la astfel de evenimente. Interdicția se referă la publicitatea și sponsorizarea având ca scop sau efect direct ori indirect promovarea unui produs din tutun.

Publicitatea și sponsorizarea în favoarea tutunului în mediul televizat au fost interzise încă din 1989, prin Directiva „Televiziune fără frontiere” (89/552/CEE). Aceasta este înlocuită acum de Directiva privind serviciile mass-media audiovizuale (2010/13/CE), care extinde sfera de aplicare a interdicției la toate formele de comunicare comercială audiovizuală, inclusiv plasarea de produse. În acest document se precizează explicit: „(88) Este necesar să fie interzisă orice formă de comunicare comercială audiovizuală care promovează țigările și alte produse din tutun, inclusiv comunicare comercială audio-vizuală care, deși nu menționează direct produsul din tutun, încearcă să eludeze interdicția comunicării comerciale audiovizuale privind țigările și alte produse din tutun folosind mărci, simboluri sau alte caracteristici distinctive ale produselor din tutun sau întreprinderi comerciale ale căror activități cunoscute sau principale includ producția sau vânzarea acestor produse.”

Planul european de luptă împotriva cancerului recomandă restricții mai clar definite și mai extinse asupra produselor din tutun inclusiv a produselor noi din tutun și a celor similare; este evident faptul că aceste produse, deși poate mai puțin nocive comparativ cu țigările clasice, deși nu există date certe în acest sens, pot fi și sunt inductori ai dependenței de nicotină. Mulți dintre copii și tineri devin dependenți de nicotină folosind produse din tutun încălzit. Sigur că ulterior dependența fiind indusă transferul comportamentului nociv se poate transfera către fumatul clasic oricând. De altfel o proporție considerabilă dintre fumători sunt consumatori duali – utilizează atât țigări clasice cât și produse din tutun încălzit- sau chiar triplu utilizatori, pe lângă acestea utilizând și vapatul.

Dependența de nicotină este descrisă drept o combinație de simptome neuro-biologice și comportamente învățate. Astfel, “normalizarea” socială a utilizării produselor din tutun încălzit prin reclama și promovarea agresivă, este de natură să crească prevalența persoanelor dependente de nicotină. Reclamele sunt concepute a se adresa persoanelor tinere, chiar copiilor, promovând un comportament „cool”, o identitate socială firească, chiar superioară.

Caracterul de substitut mai puțin dăunător este foarte discutabil. Experiența cu țigările slabe – cele cu conținut mai scăzut de nicotină ne arată că acestea au subminat în fapt dorința fumătorilor de a renunța la fumat și nu au îmbunătățit starea de sănătate a acestora. Societatea europeană de pneumologie nu recomandă folosirea produselor din tutun încălzit drept instrument de renunțare la fumat; și nici promovarea acestora ca “substitute sănătoase”. De altfel, conform unui eurobarometru din 2021 76% dintre europenii care au renunțat la fumat sau au încercat să o facă au făcut-o fără nicio asistență; 13% au folosit substitute de nicotină și doar 11% au folosit

vapingul ca instrument adjuvant. Există studii care arată că tranziția spre fumatul cu produse de tutun încălzit chiar pot crește gradul dependenței de nicotină, nicidecum diminuarea acesteia.

Trei din 4 fumători doresc să renunțe. Aproape toți regretă că s-au apucat și au devenit dependenți. Sigur că aceste lucruri nu sunt sub nicio formă prezentate de industria tutunului atunci când promovează aceste produse. Dimpotrivă, ele sunt prezentate ca și produse mai puțin dăunătoare, aproape firești pentru un statut social dezirabil. În realitate, studiile independente de industria tutunului arată că produsele din tutun încălzit elimină niveluri substanțiale de elemente carcinogene – nitrozamine – precum și alte substanțe iritante, toxice sau posibil carcinogene. Date ale Societății Europene de Pneumologie arată chiar că există 22 de substanțe dăunătoare sau potențial dăunătoare în concentrații duble față de emisiile țigărilor convenționale și alte 7 substanțe cu concentrații chiar de 10 ori mai mari. Unele studii arată că nu există diferențe semnificative statistic între utilizatorii de tutun încălzit comparativ cu cei utilizatorii de țigări convenționale pentru 23 din 24 de bio-markeri de potențială afectare a sănătății pulmonare sau cardiovasculare. De altfel chiar studiile comandate de industria tutunului arată că nu există o ameliorare a funcției pulmonare sau al statusului inflamator pentru cei care au făcut tranziția dinspre țigări convenționale spre tutun încălzit. De asemenea există un potențial de hepato-toxicitate semnificativ.

Nivelurile de nicotină și gudron sunt aproape similare cu cele din țigările din țigările convenționale. Studiile in vitro arată că inhalarea produselor de tutun încălzit determină remodelare bronșică, cresc stresul oxidativ și inflamația bronșică. Impactul asupra funcției endoteliale vasculare este similar cu cel al țigărilor convenționale. Produsele din tutun încălzit sunt înalt adictive și carcinogene. Este un imperativ de sănătate publică oprirea reclamei și promovării sub orice formă a tuturor produselor din tutun și a dispozitivelor folosite pentru fumat.

În numele inițiatorilor,

Adrian WIENER

Deputat USR

Tudor POP

Deputat USR

Emanuel UNGUREANU

Deputat USR

DIANA STOICA

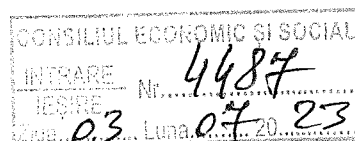
Deputată USR

Tabel semnături

Nr. crt.	Nume și prenume	Partid	Semnătură
1.	DANIEL BLASA	USR	
2	HAVARNEANU FILIP	USR	
3	MOLNAR RADU-IULIAN	USR	
4	RAM CIORACET	USR	
5	Todoștu Beniamin	USR	
6.	Lăzăreț Ion Marian	USR	
7.	Lăzăreț Teodor	USR	
8	CRISTIAN BRIAN	USR	
9	SILVIU DEHELEANU	USR	
10	STELIAN ION	USR	
11	Diana Stoica	USR	
12	DIANA BUZOIANU	USR	
13	Radu Bogdan	USR	
14	Fălcuș Nicu	USR	
15	HANGAN POLYANNA	USR	
16	BOTEZ MIHAIL - CĂTĂLIN	USR	

Tabel semnături

[illegible]



LEGE

Proiect de lege pentru modificarea unor acte normative în domeniul reglementării produselor din tutun.

Parlamentul României adoptă prezenta lege.

Art. I. Legea nr. 349/ 2002 pentru prevenirea și combaterea efectelor consumului produselor din tutun, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 435 din 21 iunie 2002, cu modificările și completările ulterioare, se modifică și se completează după cum urmează:

1. La articolul 2, litera e) se modifică și va avea următorul cuprins:

”Art.2 - e) fumat se înțelege inhalarea voluntară a emisiilor eliberate atunci când un produs din tutun sau un produs similar este utilizat potrivit destinației sale, cu excepția produselor aprobate în scop medical.

2. La articolul 2, după litera e) se introduce o nouă literă, litera e'), cu următorul cuprins:

”Art.2 - e') produs similar se înțelege un produs sau sistem asemănător ca mod de utilizare și scop cu produsele din tutun pentru fumat, cum ar fi dispozitivele destinate fumatului, dar fără a se limita la țigările electronice, produsele din plante pentru fumat ori narghileaua fără tutun. Sunt exceptate produsele de uz medical.”

3. La articolul 3, alineatul (1²) se abrogă.

4. La articolul 3, alineatul (6) se completează și va avea următorul cuprins:

”Art.3 - (6) Se interzice comercializarea produselor din tutun și a produselor similare prin automate.”

5. La articolul 3, alineatul (6¹) se completează și va avea următorul cuprins:

”Art. 3 - (6¹) Se interzice vânzarea produselor din tutun și a produselor similare tinerilor cu vârsta sub 18 ani.”

6. La articolul 3, alineatul (7) se completează și va avea următorul cuprins:

”Art.3 - (7) În autorizația sanitară de funcționare a unităților care comercializează produse din tutun **și produse similare** se introduce o clauză specială de interzicere a vânzării acestor produse tinerilor cu vârsta sub 18 ani.”

7. La articolul 3, alineatul (7¹) se completează și va avea următorul cuprins:

”Art.3 - (7¹) Se interzice comercializarea produselor din tutun **și a produselor similare** în unitățile sanitare și cele de învățământ, **și în toate instituțiile destinate protecției și asistenței copilului, de stat și private.**”

8. La articolul 4, alineatul (1) se completează și va avea următorul cuprins:

”Art. 4 - (1) Publicitatea pentru produsele din tutun **și a produselor similare** este permisă în conformitate cu legislația în vigoare.”

Art. II. Legea nr. 457/ 2004 privind publicitatea și sponsorizarea pentru produsele din tutun, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 1067 din 17 noiembrie 2004, cu modificările și completările ulterioare, se modifică și se completează după cum urmează:

1. Articolul 1 se modifică și va avea următorul cuprins:

”Art. 1. Prezenta lege stabilește măsuri cu privire la publicitatea produselor din tutun și a produselor similare, precum și cu privire la promovarea acestora în presă și în alte publicații tipărite, în emisiuni radiodifuzate, prin servicii ale societății informaționale și prin sponsorizarea în domeniul tutunului și a produselor similare, inclusiv prin distribuirea gratuită a produselor din tutun și a produselor similare, în vederea prevenirii consumului produselor din tutun și a produselor similare, în condițiile respectării prevederilor Convenției-cadru WHO pentru controlul tutunului, adoptată la Geneva, Elveția, la 21 mai 2003, ratificată prin Legea nr. 332/2005, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 1.088 din 2 decembrie 2005.”

2. La articolul 2, după litera a) se introduce litera a¹), cu următorul cuprins:

”Art.2 - a¹) produs similar - un produs sau sistem asemănător ca mod de utilizare și scop cu produsele din tutun pentru fumat, cum ar fi dispozitivele destinate fumatului, dar fără a se limita la țigarele electronice, produsele din plante pentru fumat ori narghileaua fără tutun, așa cum sunt ele definite în Legea nr. 201 din 4 noiembrie 2016. Sunt exceptate produsele de uz medical.”

3. La articolul 2 literele a), b), c) și d) se modifică și vor avea următorul cuprins:

”a) produse din tutun - produse **care pot fi consumate și care constau, chiar și parțial, în tutun, indiferent dacă acesta este sau nu modificat genetic;**

b) publicitate pentru produsele din tutun **și produse similare** – orice formă de comunicare sau activitate comercială care are ca scop sau ca efect direct ori indirect promovarea unui produs din tutun sau a unui produs similar ori a consumului de produse din tutun sau produse similare;

c) sponsorizare pentru produsele din tutun și pentru produsele similare - orice formă de contribuție publică sau privată la evenimente, activități ori servicii, sau în favoarea unei persoane fizice ori juridice, dacă această contribuție fie are scopul, fie are efectul direct ori indirect de a promova un produs din tutun, un produs similar sau consumul de produse din tutun sau de produse similare;

d) servicii ale societății informaționale - orice servicii de acest tip, astfel cum sunt definite la art. 4 alin. (1) pct. 2 din Hotărârea Guvernului nr. 1.016/2004 privind măsurile pentru organizarea și realizarea schimbului de informații în domeniul standardelor și reglementărilor tehnice, precum și al regulilor referitoare la serviciile societății informaționale între România și statele membre ale Uniunii Europene, precum și Comisia Europeană, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 664 din 23 iulie 2004, cu modificările și completările ulterioare;"

4. La articolul 3 alineatul (1) se modifică și va avea următorul cuprins:

"(1) Se interzice publicitatea produselor din tutun și a produselor similare:

a) în presa scrisă și în orice alte publicații tipărite, cu excepția anunțurilor prevăzute expres de lege;

b) transmisă prin orice serviciu media audiovizual, public sau privat, astfel cum este definit în articolul 1 pct. (1) al Legii nr. 504/ 2002 (Legea audiovizualului);

c) în sălile de spectacol, cinematografe sau alte tipuri de săli de proiecție a materialelor vizuale destinate publicului;

d) pe panouri publicitare, pe copertine sau orice alte structuri de afișaj, indiferent de locul amplasării acestora ori de taxele datorate;

e) prin serviciile societății informaționale;

f) prin folosirea mărcilor de produse din tutun sau de produse similare pe alte produse decât cele din tutun sau similare sau pe servicii care nu au legătură cu comerțul cu produse din tutun sau cu produse similare, sau prin folosirea, pe produsele din tutun sau pe produsele similare, a mărcilor altor produse decât cele din tutun sau similare;

g) prin vânzarea sau oferirea gratuită de produse alimentare ori jucării fabricate cu intenția evidentă de a da produsului și/sau ambalajului său asemănarea cu un produs din tutun sau cu un produs similar;

h) prin crearea, comercializarea sau oferirea gratuită de jocuri, inclusiv a celor destinate utilizării pe calculator, ori jucării care promovează fumatul sau în care este utilizată o marcă de produs din tutun sau de produs similar;

i) prin folosirea mărcilor produselor din tutun sau produselor similare sau a unor mesaje care promovează fumatul, inscripționate ori amplasate pe partea exterioară a oricărui mijloc de transport, precum și pe partea interioară și exterioară a mijloacelor de transport în comun."

5. La articolul 3 alineatul (1), după litera i) se introduce o nouă literă, litera j), cu următorul cuprins:

"j) prin orice alte activități, servicii ori mijloace, sau folosind telefoane mobile, tablete, laptopuri sau orice alte tipuri de suport pentru comunicare".

6. La articolul 3 alineatul (2) se modifică și va avea următorul cuprins:

”(2) Publicitatea pentru produsele din tutun și pentru produsele similare este permisă numai:

a) în publicațiile destinate în mod exclusiv profesioniștilor în comerțul cu produse din tutun și cu produse similare;

b) în publicațiile 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 ori celei comunitare;

c) în interiorul unităților economice în care se comercializează exclusiv produse din tutun (cod CAEN 5135 și 5226), cu respectarea următoarelor condiții:

i) doar dacă este amplasată astfel încât să nu poată fi observată din exteriorul unității economice, și

ii) expunerea materialelor publicitare nu se realizează în vitrina exterioară;

d) pe produsele indispensabile consumului de tutun sau produselor similare precum brichete, chibrituri, scrumiere, comercializate sau expuse în interiorul unităților economice în care se comercializează exclusiv produse din tutun (cod CAEN 5135 și 5226) și doar dacă sunt amplasate astfel încât să nu poată fi observate din exteriorul unității economice. Expunerea lor în vitrina exterioară este interzisă;

e) prin servicii ale societății informaționale destinate în mod exclusiv profesioniștilor în comerțul cu produse din tutun sau produse similare."

7. La articolul 3 alineatul (3) se abrogă.

8. La articolul 4 alineatul (1) se modifică și va avea următorul cuprins:

”(1) Se interzice sponsorizarea pentru produsele din tutun și pentru produsele similare a evenimentelor ori activităților care au efecte transfrontaliere sau care implică ori au loc în cel puțin două state membre ale Uniunii Europene, dintre care unul este România."

9. La articolul 4 alineatul (2) se modifică și va avea următorul cuprins:

”(2) Se interzic distribuirea gratuită și acțiunile de promovare a produselor din tutun sau a produselor similare, acțiunile de lansare pe piață de produse din tutun sau de produse similare noi ori de servicii care au legătură cu comerțul cu produse din tutun sau cu produse similare, precum și vânzările promoționale ale produselor din tutun sau ale produselor similare astfel cum sunt definite în articolul 32 al Ordonanței nr. 99/ 2000 privind comercializarea produselor și serviciilor pe piață."

10. La articolul 4, după alineatul (2) se introduce un nou alineat, alineatul (2¹), cu următorul cuprins:

”2¹) Acțiunile menționate la alin. (2) sunt permise doar în interiorul unităților economice în care se comercializează exclusiv produse din tutun (cod CAEN 5135 și 5226), cu respectarea următoarelor condiții:

a) nu pot fi observate din exteriorul unității economice, și

b) nu sunt promovate în vitrina exterioară sau în exteriorul unității economice."

11. La articolul 4 alineatul (3) se abrogă.

12. La articolul 4 alineatul (4) se modifică și va avea următorul cuprins:

”(4) Se interzice sponsorizarea pentru produse din tutun și produse similare a evenimentelor, activităților sau serviciilor destinate tinerilor cu vârsta sub 18 ani.”

13. La articolul 4 alineatul (5) se modifică și va avea următorul cuprins:

”(5) Se interzice sponsorizarea pentru produse din tutun și pentru produse similare a oricăror evenimente, activități sau servicii care se desfășoară în unități medicale, în unități de învățământ sau în instituții de învățământ superior.”

14. Articolul 4¹ se modifică și va avea următorul conținut:

”Art.4¹. Pentru sponsorizarea programelor furnizorilor de servicii media audiovizuale se aplică prevederile art. 34 alin. (2) din Legea audiovizualului nr. 504/2002, cu modificările și completările ulterioare.”

15. După articolul 4¹ se introduce un nou articol, articolul 4², cu următorul cuprins:

” Art. 4².

(1) În unitățile economice este interzisă expunerea următoarelor produse:

- a) produse din tutun și produse similare, ambalate sau neambalate;**
- b) componente ale produselor din tutun și ale produselor similare;**
- c) ambalaje ale produselor din tutun și ale produselor similare, indiferent dacă conțin**

sau nu produse.

(2) Expunerea produselor menționate la alin. (1) este permisă doar în interiorul unităților economice în care se comercializează exclusiv produse din tutun (cod CAEN 5135 și 5226), cu respectarea următoarelor condiții:

- a) sunt amplasate astfel încât să nu poată fi observate din exteriorul unității economice;**
- b) sunt vizibile în totalitate avertismentele legate de efectele asupra sănătății, și**
- c) nu sunt expuse în vitrina exterioară.**

(3) În unitățile economice în care se vând produse din tutun sau produse similare, altele decât cele menționate la alin. (2), este permisă afișarea tipului, mărcii și prețului produselor menționate la alin. (1), cu respectarea următoarelor condiții:

- a) afișarea este permisă exclusiv la locul de vânzare;**
- b) informațiile sunt scrise ori tipărite pe hârtie;**
- c) informațiile sunt scrise sub formă de listă;**
- d) informațiile sunt doar sub formă de text care este scris sau tipărit folosind caractere cu o dimensiune uniformă de maxim 14 pt iar spațiul dintre linii este cel mult egal cu dimensiunea caracterelor folosite;**
- e) în partea superioară a listei este inscripționat avertismentul prevăzut la litera f) a art. 13 alineatul (1) din legea nr. 148/ 2000 privind publicitatea;**
- f) suportul pentru afișare are dimensiunea maximă de 21 x 29,7 cm (format A4).”**

16. Articolul 5 se modifică și va avea următorul conținut:

” Art. 5.

(1) Constituie contravenție nerespectarea prevederilor art. 3 alin. (1) și (2), art. 4 alin. (2), (2¹), (3), (3¹) și art. 4², și se sancționează astfel:

a) persoanele juridice care produc sau importă produsele pentru care s-au prestat serviciile menționate, cu amendă contravențională de la 50.000 lei la 100.000 lei;

b) persoanele juridice în spațiile cărora au fost prestate serviciile menționate, cu amendă contravențională de la 30.000 lei la 50.000 lei;

c) persoanele juridice care au contribuit la realizarea materialelor publicitare sau a obiectelor folosite pentru prestarea serviciilor menționate, cu amendă contravențională de la 5.000 lei la 30.000 lei;

d) persoanele fizice sau juridice care au prestat serviciile menționate, cu amendă de la 1000 lei la 5.000 lei.

(2) Constituie contravenție nerespectarea prevederilor art. 4 alin. (4) și (5) și se sancționează astfel:

a) persoanele juridice care au oferit sponsorizarea, cu amendă contravențională de la 50.000 lei la 100.000 lei;

b) persoanele fizice sau juridice care au primit sponsorizarea, cu amendă contravențională de la 30.000 lei la 50.000 lei și măsura complementară a confiscării sumei oferite ca sponsorizare.

(3) A doua abatere de la prevederile art. 3 alin. (1) și (2), art. 4 alin. (2), (2¹), (3), (3¹), (4) și (5) și art. 4² se sancționează cu amenda contravențională prevăzută la alin. (1) și cu suspendarea temporară a activității, până la remedierea abaterilor.

(4) A treia abatere de la prevederile art. 3 alin. (1) și (2), art. 4 alin. (2), (2¹), (3), (3¹), (4) și (5) și art. 4² se sancționează cu amenda contravențională prevăzută la alin. (1) și cu suspendarea definitivă a activității.”

17. La articolul 6 alineatul (1) se modifică și va avea următorul cuprins:

”(1) Constatarea contravențiilor și aplicarea sancțiunilor se fac de către persoanele împuternicite în acest sens din cadrul Ministerului Sănătății, Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor, Poliției locale sau Ministerului Afacerilor Interne conform prevederilor legale în vigoare.”

Art. III Legea 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 publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 906 din 10 noiembrie 2015, cu modificările și completările ulterioare, se modifică și se completează după cum urmează:

1. La articolul 2, după litera o) se introduce o nouă literă, o¹⁾, cu următorul cuprins:

”Art.2 - o¹⁾ țigaretă electronică - un produs care poate fi folosit pentru consumul de vapori care conțin nicotină prin intermediul unui muștiuc sau orice componentă a acestui produs, inclusiv un cartuș, un rezervor și dispozitivul fără cartuș sau rezervor. Țigaretile electronice pot fi de unică folosință sau pot fi reumplute prin intermediul unui flacon de reumplere sau rezervor sau pot fi reîncărcate cu cartușe de unică folosință;”

Art. IV. Legea nr. 504 din 11 iulie 2002 a audiovizualului, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 504 din 11 iulie 2002, se modifică după cum urmează:

1. La articolul 34, alineatul (2) se modifică și va avea următorul cuprins:

„(2) Nici un program nu poate fi sponsorizat de către persoane fizice sau juridice a căror activitate principală este fabricarea sau comercializarea țigărilor ori a altor produse din tutun sau produse similare.”

Art. V. Dispozițiile prevăzute în prezenta lege intră în vigoare în termen de 6 luni de la publicarea prezentei legi în Monitorul Oficial al României, partea I.

Președintele Camerei Deputaților,

Președintele Senatului,