



M. Iulie 2014

CEB nr. 6/390

CORAPORT

la proiectul de lege privind modificarea și completarea unor acte legislative

nr. 35 din 04.02.2014

Comisia economie, buget și finanțe, urmînd prevederile Regulamentului Parlamentului referitoare la atribuțiile comisiilor permanente, a examinat în cadrul ședinței din 9 iulie curent, proiectul de lege **privind modificarea și completarea unor acte legislative**, prezentat de Guvernul Republicii Moldova și comunică următoarele.

Proiectul de lege propune ajustarea cadrului legislativ național la rigorile Convenției-cadru a Organizației Mondiale a Sănătății privind controlul tutunului, ratificată de Parlamentul Republicii Moldova la 11 mai 2007. În acest scop proiectul de lege propune modificarea și completarea unui șir de legi care au tangență cu producerea, comercializarea, exportul și consumul articolelor din tutun.

Comisia economie, buget și finanțe a consultat prevederile proiectului de lege nr.35 din 04.02.2014 cu reprezentanții societății civile și ai mediului de afaceri în cadrul mai multor ședințe publice și ședințe de lucru. Toate propunerile și obiecțiile expuse la proiectul de lege au fost sistematizate, discutate și coordonate cu autorul proiectului de lege.

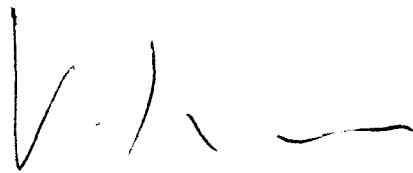
Rezultatul examinării propunerilor parvenite la proiectul de lege nr.35 din 04.02.2014 sunt reflectate în tabela de Sinteză, parte integră a prezentului coRaport.

În cadrul dezbaterilor proiectului de lege în cadrul Comisiei, membrii Comisiei s-au expus pentru necesitatea adoptării unui astfel de proiect de lege, prevederile căruia vor contribui la realizarea angajamentului statutului de a diminua numărul populației, care consumă și care suferă din cauza fumatului.

Totodată, în cadrul dezbaterilor s-a constatat că la elaborarea proiectului de lege nu au fost luate în calcul datele statistice cu impact de ordin economic și financiar. În acest sens membrii comisiei s-au expus asupra următoarelor:

1. Proiectul de lege necesită a fi supus repetat analizei impactului de reglementare.
2. Proiectul de lege necesită a fi examinat de comun cu reprezentanții ministerelor economiei și finanțelor pentru a identifica consecințele de ordin economic și cu impact asupra mediului de afaceri și ale bugetului de stat și a nu admite trecerea businessului cu țigările și produsele din tutun din oficial în tenebru.
3. La examinarea proiectului pentru lectura a II, se solicită Comisiei de profil să coopteze membrii Comisiei economie, buget și finanțe pentru participare la examinarea propunerilor și amendamentelor de ordin economic.

Urmare dezbaterilor, Comisia economie, buget și finanțe, cu 9 voturi "pro", a decis susținerea proiectului de lege nr.35 din 04.02.2014 în lectura întâi și, în condițiile propunerilor avansate, îl propune spre examinare și aprobare în plenul Parlamentului.



Veaceslav IONIȚĂ
Președintele Comisiei

SINTEZA
rezultatelor examinării obiecțiilor și propunerilor la proiectul de lege privind modificarea și completarea unor acte legislative
(nr.35 din 04.02.2013)
(pentru lectura II)

	Conținutul proiectului de lege	Obiecțiile și propunerile parvenite e la producători <u>British American Tobacco Moldova,</u> <u>Japan Tobacco International,</u> <u>Imperial Tobacco, Tutun CTC SA</u>	Poziția autorului	Rezultatele examinării de către Comisia economie, buget și finanțe
	1	2	3	4
1	<p>Art. III. – 3. La articolul 2, noțiunile conform alineatelor unu-șase; zece – șaisprezece; optsprezece – treizeci și patru; treizeci și șapte – patruzeci și doi se substituie cu următoarele noțiuni:</p> <p>„<i>aditiv</i> – orice substanță care se adaugă unui produs de tutun în timpul producerii pentru a-i ameliora proprietățile sau pentru a obține noi calități;</p>	<p>Se propune includerea definiției de „aromă caracteristică”, preluând-o din Directiva 2014/40/UE:</p> <p><i>aromă caracteristică</i> – un miros sau un gust diferit de cel al tutunului care este perceptibil în mod clar, care este determinat de un aditiv sau de o combinație de aditivi, incluzând neexhaustiv fructe, condimente, ierburi, alcool, dulciuri, mentol sau vanilie, și care este perceptibil înainte sau în timpul consumării produsului de tutun.</p>	Se acceptă	Se acceptă
2	<p>Art. III. – p.3</p> <p><i>fumat</i> – stăpînirea unui</p>	<p>Se propune modificarea definiției: <i>fumat</i> – utilizarea unui produs din tutun aprins, indiferent <u>dacă</u> fumul este sau nu inhalat activ de către posesorul</p>	Se propune expunerea noțiunii de <i>fumat</i> definită în Recomandarea Consiliului Uniunii Europene din	Se acceptă poziția autorului

	<p>produs din tutun aprins, indiferent dacă este inhalat sau nu de către posesorul produsului;</p>	<p>produsului.</p> <p>Această definiție presupune și faptul că fumătorul pasiv este de asemenea un fumător, deoarece el tot inhalează fumul, fiind pasibil de sancționare, de exemplu pentru contravenția de fumat în locurile publice. Se propune modificarea definiției pentru a exclude formulările ambigui</p>	<p>30 noiembrie 2009 “Privind mediile fără fum de tutun”.</p> <p>“fumat – posesia sau controlul unui produs din tutun aprins, indiferent dacă fumul este inhalat sau expirat activ;”</p>	
3	<p>Art. III. – p.3 <i>industria tutunului</i> – totalitatea unităților care produc, importă, exportă, depozitează și/sau comercializează tutun și/sau produse din tutun;</p>	<p>Se propune modificarea definiției: <i>industria tutunului</i> - totalitatea întreprinderilor care produc, importa, exporta, depoziteaza si/sau comercializeaza tutun și/sau produse din tutun.</p> <p>Nu este clar ce se subînțelege prin cuvântul „unităților”. Acest cuvânt nu se utilizează în alte acte normative. Se propune altă definiție.</p>	Se acceptă.	Se acceptă
4	<p>Art. III. – p.3 <i>ingredient</i> – orice aditiv, frunzele de tutun și alte părți ale plantei de tutun, naturale, procesate sau neprocesate, inclusiv tutunul extins și reconstituit, precum și orice substanță care se regăsește în produsul din tutun finit, inclusiv hârtia, filtrul, cerneala, capsulele și adezivii;</p>	<p>Se propune expunerea acestei definiții în forma prezentată în Directiva 2001/37/CE (art. 2 pct. 5): <i>ingredient</i> - orice substanță sau componentă, cu excepția frunzei de tutun și a altor părți ale plantei de tutun, naturale sau neprelucrate, utilizate la fabricarea sau prepararea unui produs din tutun și care se regăsesc în produsul finit, chiar și sub formă modificată, inclusiv hârtia, filtrul, cerneala și adezivii.</p> <p>Definiția prezentată în proiectul de lege conține formulări lingvistice ambigui</p>	Se propune o nouă redacție a noțiunii de ingredient: „ingredient - frunzele de tutun și a alte părți ale plantei de tutun, naturale sau neprelucrate, un aditiv, precum și orice substanță sau element prezent într-un produs din tutun finit, inclusiv hârtia, filtrul, cerneala, capsulele și adezivii;	Se acceptă poziția autorului

6	<p>Art. III. – p.3 <i>potențial de dependență</i> – potențialul farmacologic al unei substanțe de a cauza dependență, o stare care afectează capacitatea unui individ de a-și controla comportamentul printr-un mecanism de recompensă sau de ușurare a simptomelor sevrajului sau ambele;</p>	<p>Se propune excluderea acestei definiții</p> <p>Noțiunea de <i>potențial de dependență</i> este speculativă și nu are o fundamentare științifică solidă. În prezent nu există o bază științifică pentru măsurarea potențialului de dependență și nu a fost identificat niciun ingredient care să crească, în sine, potențialul de dependență.</p>	<p>Nu se acceptă.</p> <p>Acuzațiile că noțiunea „<i>potențial de dependență</i>” nu are fundamentare științifică solidă sunt lipsite de temei. Noțiunea este conformă Directivei Parlamentului European și a Consiliului privind apropierea actelor cu putere de lege și a actelor administrative ale statelor membre în ceea ce privește fabricarea, prezentarea și vânzarea produselor din tutun și a produselor conexe și de abrogare a Directivei 2001/37/CE, care a fost aprobată la 26 februarie 2014.</p> <p>În documente de asemenea rang (Directiva UE) nu se includ definiții care nu au fundamentare științifică solidă.</p> <p>Se propune expunerea noțiunii date, exact, ca în Directiva susmenționată: „<i>potențial de dependență</i>” - potențialul farmacologic al unei substanțe de a cauza dependență, o stare care afectează capacitatea unui individ de a-și controla comportamentul, de regulă, printr-un mecanism de recompensă sau de ușurare a simptomelor sevrajului sau ambele;</p>	<p>Se acceptă poziția autorului</p>
---	--	--	--	--

7	<p>Art. III. – p.3 <i>produse noi din tutun</i> – produse similare cu țigările obișnuite, care se prezintă de către industria tutunului ca mai puțin nocive sau cu un risc mai mic de dependență în urma modificării tutunului utilizat, parametrilor filtrului sau adaosului de substanțe noi;</p>	<p>Se propune modificarea definiției: <i>produse noi din tutun</i> - produse din tutun, altele decât țigara, tutun pentru rulat, tutun pentru pipă, tutun pentru narghilea, trabuc, cigarillo, tutun pentru mestecat, tutun pentru uz nazal sau tutunului pentru uz oral, plasate pe piață.</p> <p>Această definiție poate crea confuzii și poate fi interpretată eronat. Se propune o altă definiție pentru a elimina orice confuzii.</p>	<p>Nu se acceptă. Definiția propusă în proiectul de lege este identică cu cea propusă de Secretariatul Convenției Cadru privind controlul Tutunului al OMS</p>	<p>Se acceptă poziția autorului</p>
8	<p>Art. III. – p.3 <i>spații publice</i> – toate spațiile accesibile publicului general sau locurile utilizate de către anumite categorii sau grupuri de oameni, indiferent de regimul de proprietate sau modul de acces;</p>	<p>Se propune modificarea definiției: <i>spații publice</i> – toate spațiile accesibile publicului general indiferent de regimul de proprietate sau modul de acces</p> <p>Cuvintele „sau locurile utilizate de către anumite categorii sau grupuri de oameni” se propun a fi excluse, deoarece au caracter discriminatoriu și pot crea confuzii.</p>	<p>Se acceptă în următoarea redacție:</p> <p>“<i>spații publice</i> – toate spațiile accesibile publicului general sau locurile cu o utilizate colectivă, indiferent de regimul de proprietate sau modul de acces;”</p>	<p>Se acceptă</p>
9	<p>Art. III. – p.3 <i>țigara electronică (sau e-țigară)</i> – dispozitiv electronic de eliberare a nicotinei de forma unei țigări, alimentat cu baterii pentru inhalarea nicotinei în stare de vapori.</p>	<p>Se propune următoarea definiție pentru a defini în sens larg aceste produse: <i>țigara electronică (sau e-țigara)</i> - produs sau orice component al acestuia, inclusiv cartușele și dispozitivul fără cartuș, care pot fi utilizate pentru consumul soluțiilor conținând nicotină în formă de vapori.</p> <p>Țigaretile electronice nu sunt produse din tutun, deoarece nu conțin tutun, dar</p>	<p>Se propune noțiunea de „țigaretă electronică” definită în Directiva Parlamentului European și a Consiliului privind apropierea actelor cu putere de lege și a actelor administrative ale statelor membre în ceea ce privește fabricarea, prezentarea și vânzarea produselor din tutun și a produselor conexe și de abrogare a Directivei 2001/37/CE, care a fost aprobată în</p>	<p>Se acceptă poziția autorului</p>

		<p>nici produse farmaceutice, deoarece nu au efecte terapeutice. Considerăm aceste produse ca fiind produse legale, care trebuie să fie disponibile consumatorilor în același mod precum orice alt produs din piață.</p> <p>În acest sens, definiția propusă de autorul proiectului de lege este prea îngustă pentru a reprezenta tot spectrul acestor produse. Astfel, se propune o altă definiție pentru a defini în sens larg aceste produse.</p>	<p>februarie 2014.</p> <p>„<i>țigaretă electronică</i> - 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. „Flacon de reumplere” înseamnă un recipient cu un lichid care conține nicotină și care poate fi folosit pentru reumplerea unei țigaretă electronice;</p>	
10	Art. 2¹, p. (8). Articolul 8 se exclude	<p>Se propune păstrarea acestor articole în forma în care sunt expuse în Legea nr. 278 cu privire la tutun și articolele din tutun.</p> <p>Prin excluderea art. 8 din Legea nr. 278 cu privire la tutun și articolele din tutun se creează un vacuum normativ, deoarece prevederile art.8 determinau exigențele de calitate și inofensivitate a produselor din tutun, prin trimerile exacte la „standardele conexe” –</p>	<p>Se acceptă cu următoarele propuneri.</p> <p>Termenul “inofensivitate” nu poate fi utilizat în cazul produselor din tutun, pentru că acestea nu pot fi inofensive. Termenul “inofensivitate” se utilizează la medicamente, produse alimentare și</p>	Se acceptă poziția autorului

		<p>documente normativ tehnice, care nu pot fi cuprinse de o Lege.</p> <p>Articolul 8. Calitatea și inofensivitatea produselor din tutun</p> <p>(1) Exigențele de calitate și inofensivitate pentru tutunul fermentat și pentru articolele din tutun se stabilesc prin standardele conexe aplicabile domeniului, iar pentru cele livrate la export, și prin contractele de vânzare-cumpărare sau conform mostrelor-etalon descrise.</p> <p>(2) Pentru produsele din tutun livrate exclusiv la export, exigențele de calitate se vor stabili în contractele de livrare în conformitate cu cerințele în vigoare în țara importatoare, cu cele ale cumpărătorului sau conform mostrelor-etalon descrise.</p> <p>(3) Calitatea și inofensivitatea produselor din tutun se vor confirma prin declarații sau certificate de conformitate eliberate în baza rapoartelor de încercări ale laboratoarelor acreditate în modul stabilit.</p>	<p>alte produse pentru consum uman.</p> <p>Astfel, se propune denumirea Art.8 după cum urmează: “Calitatea și conformitatea produselor din tutun”. În alin.(1) și (3) cuvântul “inofensivitate” se substituie cu “conformitate”.</p> <p>De asemenea, la lin.(1) și în tot textul Legii nr.278/2007 cuvântul “articolele” se substituie cu cuvântul “produsele”.</p>	
11	<p>9. Articolul 9 alineatul (2):</p> <p>la litera b), sintagma „prin documentele normativ-tehnice” se substituie cu</p>	<p>Se propune păstrarea acestor articole în forma în care sunt în Legea nr. 278 cu privire la tutun și articolele din tutun.</p>	<p>Se acceptă prevederile respective, în redacție nouă.</p> <p>(textul din Articolul 9 anexat la <i>Obiecțiile și propunerile parvenite</i></p>	<p>Se acceptă poziția autorului</p>

<p>sintagma „de prezenta lege”; la litera c), sintagma „documentelor normativ-tehnice” se substituie cu sintagma „prezentei legi”.</p>	<p>Conține conflicte ale normelor de drept și anume, modificarea sintagmelor - „documentele normativ-tehnice” cu substituirea în sintagma „de prezenta lege” se consideră incorectă, deoarece Legea nu poate oferi toate reglementările necesare prevăzute în zeci de standarde (document normativ-tehnic) în domeniu.</p> <p>Articolul 9. Drepturile și obligațiile la prelucrarea industrială a tutunului și la fabricarea articolelor din tutun</p> <p>(1) Agenții economici care se ocupă de prelucrarea industrială a tutunului și de fabricarea articolelor din tutun au dreptul:</p> <p>a) să desfășoare, separat sau în complex, activitatea de prelucrare industrială a tutunului și activitatea de fabricare a articolelor din tutun;</p> <p>b) să dețină o singură licență în cazul practicării concomitente a activităților de import, de prelucrare industrială a tutunului, de fabricare și de comercializare angro a articolelor din tutun și a tutunului fermentat;</p> <p>c) să-și stabilească independent sortimentul, mărcile comerciale, volumul și cantitatea producției, prețul și piața de desfacere a tutunului fermentat, a tutunului-strips și a articolelor din tutun.</p>	<p>se referă la alin.(1) și nu la alin (2) din Art.9.)</p> <p>Dat fiind faptul că legea privind controlul tutunului prevede reglementări pentru ambalare, marcare și păstrare a produselor din tutun, inclusiv reglementări referitoare la ingrediente, este necesar ca să se facă referire nu numai la “documentele normative-tehnice”, ci și la “prezenta lege”.</p> <p>Astfel literele b) și c) de la alin.(2) din Art.9 se expun în următoarea redacție:</p> <p>“b) să respecte regulile de achiziționare și prelucrare industrială a tutunului, de ambalare, marcare și păstrare a tutunului fermentat, de fabricare, ambalare, etichetare și păstrare a articolelor din tutun, stabilite de prezenta lege și de documentele normativ-tehnice și, după caz, prin cerințele în vigoare în țările importatoare;</p> <p>c) să dețină toate documentele care confirmă că ingredientele și materia primă utilizate corespund cerințelor prezentei legi și documentelor normativ-tehnice;”</p>	
--	--	---	--

12	<p>10. Capitolul IV va avea următorul cuprins: „Capitolul IV. INGREDIENTELE ȘI EMISIILE Articolul 10. Reglementarea ingredientelor „(1) Se interzice plasarea pe piață a produselor din tutun, dacă aceste produse ori fumul acestora conțin: a) aditivi cu potențial de dependență sau care contribuie la creșterea dependenței de produsele din tutun, sînt toxici sau cancerigeni ori sînt potențial cancerigeni;</p>	<p>Se propune excluderea literii a), deoarece este o măsură exagerată, care lasă loc pentru interpretări.</p> <p>Anumite soiuri de tutun conțin ingrediente care facilitează procesul de fabricație sau care prelungesc termenul în care produsele își păstrează proprietățile inițiale. În contextul în care tutunul se dorește a fi considerat un ingredient, iar cel de tip „Oriental” este cunoscut ca fiind aromat, acesta poate fi interzis din conținutul țigaretelor care sunt comercializate în Republica Moldova. În prezent majoritatea țigaretelor comercializate în Republica Moldova sunt țigaretete de tipul „American Blend” (amestec american), obținute dintr-un amestec de tutunuri Virginia, Oriental și Burley. Aceste țigaretete sunt consumate în marea majoritate a țărilor europene și în SUA. Ținând cont de faptul că tutunurile „Burley” și „Oriental” necesită ingrediente pentru prelucrare, prevederea propusă în Art. 10, par. (1), lit. a) poate fi interpretată ca o interdicție a amestecului de tutun „American Blend”. Se consideră excesivă și disproporționată și se propune a fi exclusă.</p>	<p>Nu se acceptă.</p> <p>Este o interpretare greșită a prevederilor lit.a) de la alin.(1) din Art.10. Lit.a) se referă expres la: <i>aditivi cu potențial de dependență sau care contribuie la creșterea dependenței de produsele din tutun, sînt toxici sau cancerigeni ori sînt potențial cancerigeni.</i></p> <p>Astfel prevederile lit.a) de la alin.(1) din Art.10 nu restricționează utilizarea diferitor soiuri de tutun, inclusiv a ingredientelor reglementate de Art.10., alin.(1) din proiectul de lege.</p> <p>Prin urmare, dacă ingredientele pentru prelucrarea tutunurilor „Burley” și „Oriental” nu se referă la ingredientele menționate la alin.(1) din Art.10, acestea, pot fi utilizate la prelucrarea tutunului, inclusiv a tutunurilor „Burley” și „Oriental”.</p>	<p>Se acceptă poziția autorului</p>
----	---	--	---	--

13	<p align="center">Articolul 10.</p> <p>Reglementarea ingredientelor</p> <p>b) vitamine și alți aditivi care conferă caracteristici de fructe, dulce, vanilie sau de produse de cofetărie, care creează impresia că produsul din tutun are efecte benefice asupra sănătății sau că prezintă pericol redus pentru sănătate;</p>	<p>Se propune excluderea lit. a) din art. 10, alin. (1) și expunerea art.10, alin.(1), lit.(b), în următoarea redacție. Lit. b) devine lit. a) și respectiv sunt re-organizate și celelalte subpuncte:</p> <p>a) vitamine și alți aditivi care imprimă produsului o aromă caracteristică, ce induc falsa impresie că produsul din tutun ar avea efecte benefice sau că ar prezenta un pericol minim pentru sănătate, cu excepția aromelor caracteristice utilizate în tutunul pentru narghilea;</p> <p>caracteristică”, vanilia urmează să fie interzisă doar dacă devine o aromă caracteristică, nu și atunci când este doar prezentă fără a oferi o aromă caracteristică. Astfel, lit.(b) se propune a fi reformulată în vederea excluderii oricăror interpretări eronate privind interdicția vaniliei ca și aromă caracteristică nu și ca ingredient sau aditiv.</p> <p>Din același considerent menționat mai sus, se propune excluderea lit.a) și e), preluând din prevederile art.7(1) din Directiva 2014/40/UE. În acest fel, reglementarea art.10, al.(1) în combinație cu claritatea adusă noțiunilor de “ingredient”, “aditiv” și “aromă caracteristică” (interdependenței dintre acestea), stabilește niște reguli clare cu privire la ceea ce este interzis și ceea ce nu trebuie să fie interzis de lege.</p>	<p>Se acceptă, în redacție nouă, cu excepția excluderii aditivilor. Pentru a exclude orice interpretări despre “interzicerea totală” a aditivilor în procesul de producere a produselor din tutun se propune următoarea redacție a lit.b) din Art.10:</p> <p>“b) vitamine și alți aditivi cu arome de fructe, vanilie sau de produse de cofetărie, ce induc falsa impresie că produsul din tutun ar avea efecte benefice sau că ar prezenta un pericol minim pentru sănătate;”</p> <p>Interzicerea produselor din tutun cu arome caracteristice nu înseamnă excluderea utilizării aditivilor necesari în procesul de producere. Astfel nu toți aditivii, ci doar cei ce creează impresia că produsele din tutun au beneficii pentru sănătate, prezintă riscuri mai mici pentru sănătate sau cresc vigilența mentală și performanțele fizice (aditivi care conferă arome de fructe, dulce, vanilie sau de produse de cofetări), urmează a fi interziși.</p>	<p align="center">Se acceptă poziția autorului</p>
----	--	--	--	---

14	<p align="center">Articolul 10.</p> <p>Reglementarea ingredientelor</p> <p>„(1) Se interzice plasarea pe piață a produselor din tutun, dacă aceste produse ori fumul acestora conțin</p> <p>e) mentol, vanilie și alți aditivi cunoscuți care provoacă efecte adverse.</p>	<p>Se propune excluderea lit. e) din art. 10</p> <p>Interdicția mentolului și a aromelor caracteristice care facilitează procesul de fabricație sau care prelungesc termenul în care produsele își păstrează proprietățile inițiale, va încuraja inevitabil consumatorii să cumpere țigări introduse în țară în mod ilicit și va stimula fabricarea de produse contrafăcute. Produsele din tutun contrafăcute se atestă deja pe teritoriul Republicii Moldova, inclusiv în capturile Serviciului Vamal, Poliției de Frontieră și Ministerului de Interne. Mai mult decât atât, această prevedere va conduce la diminuarea corespunzătoare a veniturilor bugetare.</p>	<p>Nu se acceptă excluderea, în totalitate a reglementărilor pentru produsele din tutun care sunt înșelătoare pentru consumatori, în special pentru minori.</p> <p>Produsele din tutun cu arome de mentol, vanilie și alți aditivi care oferă arome, sunt înșelătoare. De exemplu, astăzi, sunt plasate pe piața Moldovei țigărele: <i>Glamour</i> care au mențiunea “<i>Mentol Aroma</i>”, țigărele <i>Kidss</i> care au mențiunea “<i>clubnichka</i>” etc. care creează imagine falsă. Cum poate fi asociat un produs de tutun cu “<i>clubnichka</i>” – oare aceasta nu este o înșelăciune pentru minori, care nu-și dau seama ca așa ceva nu poate exista?</p> <p>Prin urmare, insistența cu care se propune excluderea mentolului și a aromelor din interdicțiile de plasare pe piață a produselor din tutun, este pentru promovarea / creării imaginii pozitive a acestor țigărețe la copii și la minori.</p> <p>Concomitent propunem o nouă redactare pentru litera e) vanilie și alți aditivi cunoscuți care provoacă efecte adverse, și suplimentarea cu o literă nouă f) mentol. În capitolul dispoziții finale și tranzitorii se va</p>	<p align="center">Se acceptă poziția autorului</p>
----	---	--	---	---

			face remarca, că prevederile literei f) vor intra în vigoare peste 96 de luni de la publicarea legii) așa cum este în UE: către anul 2022 vor fi interzise țigaretile cu mentol)	
15	<p>Articolul 11. Cantitățile unor substanțe toxice și cu potențial de dependență în produsele din tutun</p> <p>(1) Cantitățile corespunzătoare țigaretelor plasate pe piața internă nu pot fi mai mare de:</p> <p>1) 10 mg de gudron per țigaretă; 2) 1 mg de nicotină per țigaretă; 3) 10 mg de monoxid de carbon per țigaretă</p>	<p>Se propune modificarea: Conținutul substantelor nocive in fumul țigaretelor aflate in circulatie pe teritoriul RM nu va depasi urmatorul nivel:</p> <p>1) de 13 mg/țigareta, pentru gudron; 2) de 1,1 mg/țigareta, pentru nicotina; de 14 mg/țigareta, pentru monoxid de carbon.</p> <p>O astfel de redactie cuprinde inclusiv segmentul țigaretelor fara filtru. Quantumul țigaretelor fara filtru in producerea societatii cu capital social de stat „Tutun CTC” SA constituie 36,6%. Excluzind țigaretile fara filtru din circuitul tutunului va duce la aparitia efectului invers ce nu va asigura scopul proiectului de lege, si anume:</p> <p>1) se va diminua producerea producatorului autohton; 2) va aparea contrafactul si contrabanda din Transnistria. Se vor diminua defalcarile la bugetul de stat.</p>	<p>Se acceptă parțial.</p> <p>Articolul 11 se propune să fie suplimentat cu alin.(2) cu următorul conținut: ”Pentru țigările fără filtru, aflate in circulatie pe teritoriul RM se admite următorul conținut de substante toxice până la 01 ianuarie 2020:</p> <p>1) 13 mg de gudron per țigaretă; 2) 1,1 mg de nicotină per țigaretă; 3) 14 mg mg de monoxid de carbon per țigaretă.”</p>	<p>Se acceptă poziția autorului</p>

16	<p>Articolul 12. Raportarea informației privind tutunul, produsele din tutun, ingredientele și emisiile</p> <p>(3) Agenții economici care produc și/sau importă tutun și/sau produse din tutun sînt obligați să prezinte Centrului Național de Sănătate Publică, pînă la data de 30 mai, următoarea informație ce se referă la activitatea în anul precedent:</p> <p>a) cantitățile de tutun materie primă și tutun fermentat, utilizate la fabricarea produselor din tutun și originea acestora;</p> <p>b) volumele anuale de vânzări pentru fiecare marcă de produs din tutun, raportat în bucăți;</p> <p>c) rezultatele testării emisiilor produselor din tutun fabricate și/sau plasate pe piață;</p> <p>d) partenerii de afaceri la import și export și adresele lor;</p> <p>e) orice plăți, cadouri</p>	<p>Nu vedem o necesitate rezonabilă ca autoritățile să cunoască această informație. Informația dată ține mai mult de strategia de dezvoltare a unui brand, de marketing, precum și de elemente de concurență, dar nu contribuie în nici un fel la protecția împotriva fumatului (care, de fapt, este concepția de bază a Proiectului de lege).</p> <p>De asemenea, considerăm oportună excluderea acestor prevederi din Proiectul de lege, întucît nu există certitudinea că va fi asigurată securitatea informației respective și că aceasta nu va fi utilizată în mod abuziv.</p> <p>Nu este relevant pentru Centrul National de Sanatate publica</p>	<p>Nu se acceptă excluderea lit.b). Actualele reglementări, parțiale, din Legea nr.278/2007 au condus la creșterea consumului de țigări printe femei și fete. Aceasta s-a datorat și lipsei unui sistem de monitorizare a mărcior comerciale a produselor de tutungerie, care sunt destinate pentru femei, fete și tineri, precum și pentru pături sărace ale populației.</p> <p>Prin urmare, lipsa unui sistem de monitorizare a producerii articolelor de tutungerie pe mărci comerciale a condus la întârzieri în elaborarea politicilor publice de control al tutunului. Art.20.4(c) prevede expres: "Fiecare parte se va strădui să coopereze cu organizațiile internaționale competente pentru stabilirea treptată și menținerea unui sistem global de colectare și răspândire constantă a informațiilor referitoare la producerea, prelucrarea tutunului și la activitățile din industria tutunului, care au un impact asupra Convenției sau activităților naționale de control al tutunului." Datorită faptului că Legea nr.278/2007 nu prevede ca industria tutunului să ofere date legate de producere și alte activități ale industriei tutunului care au impact asupra CCCT, Republica Moldova nu poate implementa un sistem eficient de</p>	<p>Se acceptă poziția autorului</p>

	sau contribuții de orice gen făcute savanților, cercetătorilor, jurnaliștilor, funcționarilor publici care dețin concomitent funcția de membru în consiliile de administrare la întreprinderile din industria tutunului sau altor funcționari publici sau persoane care au funcția de demnitate publică.		monitorizare și participare la rețelele internaționale competente în realizarea CCCT.	
17	<p>Articolul 13. Informarea publicului (3) Informațiile cu privire la cantitățile de substanțe nocive, emisii și la ingredientele utilizate, datele toxicologice și rezultatele determinării cantității de substanțe toxice și adictive, nu se consideră confidențiale și sînt accesibile publicului.”.</p>	<p>Se propune expunerea acestui paragraf în următoarea formă: Informațiile cu privire la cantitățile de substanțe nocive, emisii, datele toxicologice și rezultatele determinării cantității de substanțe toxice, nu se consideră confidențiale și sînt accesibile publicului.</p> <p>Art. 13, par. (3) este în conflict cu prevederile art. 13, par. (2) lit. d), care prevede că aceste informații pot fi confidențiale. Astfel, referința „la ingredientele utilizate” se propune a fi exclusă.</p>	<p>Nu se acceptă.</p> <p>Nu există nici un conflict între prevederile alin.(3) și lit.d) din alin.(2) a Art.13.</p> <p>Este absolut greșită tactica de a pune semnul egal între noțiunea de “indredient” și noțiunile: “rețete” și “formulele specifice de produs”. Doar “rețeta” și “formulele specifice de produs” pot fi specificate de producător ca secret comercial. În rest “ingredientele” – orice aditiv, frunzele de tutun și alte părți ale plantei de tutun, naturale, procesate sau neprocesate, inclusiv tutunul extins și reconstituit, precum și orice substanță care se regăsește în produsul din tutun finit, inclusiv hîrtia, filtrul, cerneala,</p>	<p>Se acceptă poziția autorului</p>

			capsulele și adezivii” trebuie să fie cunoscute publicului. Pentru asigurarea unei succesiuni logice ale reglementărilor se propune înlocuirea cuvântului “adictive” din alin.(3) al Art.13. cu sintagma: “și cu potențial de dependență”	
18	Articolul 13¹. Cerințe generale (6) Dimensiunile avertismentelor privind dauna fumatului se calculează în raport cu suprafața pe care se aplică, anterior deschiderii pachetului.	Se propune completarea acestui paragraf cu cuvintele „inclusiv chenarul”: Dimensiunile avertismentelor privind dauna fumatului se calculează în raport cu suprafața pe care se aplică, anterior deschiderii pachetului, <i>inclusiv chenarul</i> . Completarea se face în scopul eliminării unor ambiguități, pentru a face textul legii mai exact.	Nu se acceptă. Reglementările privind “chenarul” sunt stabilite diferit pentru produsele de tutun în formă de țigarete (Art.13 ²) și pentru produsele, altele decât țigaretele și tutunul care se rulează (Art.13 ⁴) – Art.13 ³ în numorptație nouă.	Se acceptă poziția autorului
19	Articolul 13¹. Cerințe generale (7) Cerințele privind aranjarea, prezentarea și alte cerințe referitoare la avertismentele privind dauna fumatului, informația privind cantitățile de substanțe cu potențial de dependență și toxice, emisiile și alte informații ce trebuie să apară	se propune excluderea acestuia. Acest paragraf conține prevederi arbitrare de stabilire a cerințelor. Considerăm că acest lucru trebuie stabilit prin lege, așa cum, de exemplu, e prevăzut la art.13 ⁴ (6) din lege. Nu există mecanism care să stabilească limita împrumuturilor în acest domeniu. Există posibilitatea actelor de corupție, prin care exponenții din industrie ar putea obține favorizarea anumitor mărci, de ex: forma sau culoarea	Nu se acceptă excluderea alin.(7) din art.13 ¹ . Articolul 13 ¹ se referă la Cerințe generale care stabilește reglementări generale conținute în Capitolul IV ¹ AMBALAREA ȘI ETICHETAREA PRODUSELOR DIN TUTUN. Astfel acest articol trebuie să conțină un alineat care obligă Guvernul să adopte cerințe tehnice (poziția, macheta) pentru	Se acceptă poziția autorului

	pe ambalajul și prin etichetarea produselor din tutun se stabilesc de către Guvern.	avertismentului va avantaja o marcă a unui producător din tutun și va dezavantaja competiția	<p>pachetul de produse din tutun elaborat în conformitate cu reglementările prevăzute de lege (avertismentele textuale și combinate despre dauna fumatului și la alte informații, care trebuie să apară pe pachet).</p> <p>Totodată pentru a exclude orice interpretări referitoare la avantajarea unei mărci a unui producător față de alta se propune expunerea alin.(7) din Art 13¹ în următoarea redacție: “(7) Cerințele privind aranjarea, prezentarea avertismentelor despre dauna fumatului și a altor informații ce trebuie să apară pe pachetul de produse din tutun sau pe ambalajul exterior al produselor din tutun, conform prevederilor prezentului articol și a articolelor 13², 13³ și 13⁶, se stabilesc de Guvern.”</p>	
20	<p>Articolul 13². Avertismentele textuale privind dauna fumatului (1) Pe fiecare pachet unitar și pe fiecare ambalaj exterior al produselor din tutun care se fumează trebuie să fie imprimare următoarele: a) avertismentul</p>	<p>Se propune expunerea art. 13². Avertismente textuale privind dauna fumatului și a art. 13³. Avertismente combinate privind dauna fumatului, în cadrul unui singur articol prin excluderea în totalitate a art. 13², redenumirea art. nou obținut și renumerotarea corespunzătoare a celorlalte articole.</p>	<p>Se acceptă.</p> <p>Prevederile Art.13² și Art.13³ au fost expuse într-un singur articol (Art.13²) care a necesitat modificări și completări, inclusiv va necesita și renumerotarea indicilor tuturor articolelor cu nr.13 (pentru a facilita examinarea <i>Obiecțiilor și propunerilor parvenite</i> și asigura claritatea <i>poziției autorului</i>, cea din urmă va fi expusă conform numerotării vechi a</p>	<p>Se acceptă</p>

<p>general: "Fumatul ucide – renunțați acum"; b) mesajul informațional: "Fumul de tutun conține mai mult de 70 de substanțe care provoacă cancer".</p> <p>(2) Avertismentul general și mesajul informațional se imprimă pe părțile laterale ale pachetului unitar. Avertismentele menționate trebuie să aibă lățimea de cel puțin 20 mm și înălțimea de cel puțin 43 mm și să acopere cel puțin 50% din suprafața pe care sînt imprimate.</p> <p>(3) În cazul tutunului care se rulează, mesajul informațional se imprimă pe suprafața care devine vizibilă la deschiderea pachetului unitar.</p> <p>(4) Cerințele privind poziția, formatul, macheta, designul, tipul caracterelor și culoarea de fond a avertismentelor privind dauna fumatului se stabilesc de către Guvern.</p>	<p>Adoptarea măsurilor privind ambalarea și etichetarea produselor din tutun, propuse în proiectul de lege, pot avea o serie de consecințe negative, respectiv:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Restricționarea formei și culorilor pachetului ar încălca obligațiile legale cu privire la proprietatea intelectuală și a dreptului comercial internațional (a se vedea avizul Ministerului Economiei care evidențiază obligațiunile Republicii Moldova în calitate de membru al Organizației Mondiale a Comerțului, precum și obligațiunile asumate prin acordurile semnate cu diferite state ale lumii) • Introducerea ambalajului propus va stimula atât cererea, cât și oferta de țigarete provenite din comerțul ilicit, deoarece contrafacerea va fi facilitată. În plus, ar putea crește cererea de țigarete de anumite mărci pe piața neagră <p>Măsura supradimensionării avertismentelor de sănătate la 65%, precum și a dimensiunilor minime ale lățimii și grosimii pachetului pot avea ca primă consecință erodarea politicilor de poziționare de marcă și înlocuirea acestora cu o poziționare de preț. Astfel, concurența bazată pe preț poate pune în pericol veniturile la bugetul de stat, adaosurile comerciale din lanțul de distribuție al produselor, precum și o potențială scădere a numărului de locuri de muncă din</p>	<p>indicilor de la articolele sub nr.13)</p> <p>Prevederile Art.13² și Art.13³ se expun untr-un singur articol după cum urmează:</p> <p>"Articolul 13² Etichetarea produselor din tutun în formă de țigarete</p> <p>(1) Pe fiecare pachet de produse din tutun și pe fiecare ambalaj exterior al produselor din tutun se imprimă avertismente textuale și avertismente combinate despre dauna fumatului.</p> <p>(2) Avertismentele textuale și avertismentele combinate despre dauna fumatului se încadrează cu un chenar negru cu lățimea de 1 mm care este inclus în interiorul suprafeței rezervate pentru avertismente.</p> <p>(3) Avertismentele textuale despre dauna fumatului includ un avertisment general: "Fumatul ucide. Renunță acum!" și un mesajul informațional: "Fumul de tutun conține peste 70 de substanțe ce cauzează cancer" și trebuie:</p> <p>a) să fie imprimate pe fețele laterale de jos ale pachetului: Avertismentul textual - "Fumatul ucide. Renunță acum!" va fi imprimat pe una din fețele laterale a pachetului, iar mesajul informațional: "Fumul de tutun conține peste 70 de substanțe ce cauzează cancer"- pe cealaltă față laterală a pachetului, acesta din urmă va fi imprimat pe suprafața care devine vizibilă la deschiderea pachetului, în cazul tutunului care se rulează;</p> <p>b) să acopere cel puțin 50% din suprafața fețelor laterale ale pachetului;</p> <p>c) să fie imprimate cu caractere aldine</p>	
--	---	--	--

		<p>comerțul cu amănuntul (estimat în prezent la circa 20.000 de cetățeni).</p>	<p>negre, tip Helvetica, pe fondal alb, dimensiunea caracterelor ocupând o suprafață maximală din spațiul rezervat textului.</p> <p>(4) Avertismentele combinate despre dauna fumatului sunt compuse dintr-un avertisment textual adițional despre dauna fumatului menționat la alin. (5) al prezentului articol și o imagine color corespunzătoare specificată în biblioteca electronică de avertismente despre dauna fumatului și trebuie:</p> <p>a) să cuprindă informații despre renunțarea la fumat, precum și numărul de telefon, adresa de e-mail și/sau pagina web oficială a instituției publice, destinate să informeze consumatorii despre programele disponibile de susținere a persoanelor care doresc să renunțe la fumat;</p> <p>b) să acopere până la 75%, dar nu mai puțin de 65%, din aria externă a feței anterioare și celei posterioare ale pachetului de produse din tutun pe care sunt imprimate;</p> <p>c) să expună același avertisment combinat despre dauna fumatului pe fața anterioară și posterioară a pachetului de produse din tutun și pe orice ambalaj exterior;</p> <p>d) să fie plasate în partea de sus a feței anterioare și în partea de jos a feței posterioare ale pachetului de produse din tutun și ale oricărui ambalaj exterior și pe aceeași linie de orientare cu alte informații care apar pe ambalaj;</p> <p>e) să fie imprimate cu caractere aldine negre, tip Helvetica, pe fondal alb, în cazul avertismentului textual adițional despre dauna fumatului și cu caractere aldine albe, tip Helvetica, în cazul informației</p>	
--	--	--	---	--

			<p>prevăzute la lit. a) din prezentul alineat care se imprimă pe partea de jos a imaginii, aceasta din urmă poate acoperi cel mult 30% din suprafața imaginii;</p> <p>f) să se împartă în doua seturi, a câte 7, care se schimbă prin rotație anual și să apară pe un număr egal de pachete de produse din tutun de fiecare marcă, plasate pe piață în decurs de un an de un singur agent economic.</p> <p>(5) Avertismentele textuale adiționale despre dauna fumatului sunt următoarele:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Fumatul cauzează 9 din 10 cancere pulmonare; 2) Fumatul cauzează cancere bucale și ale gâtului; 3) Fumatul dăunează plămânilor; 4) Fumatul cauzează atacuri de inimă; 5) Fumatul cauzează accidente vasculare cerebrale și infirmitate; 6) Fumatul blochează arterele; 7) Fumatul crește riscul de orbire; 8) Fumatul dăunează dinților și gingiilor; 9) Fumatul poate ucide copilul nenăscut; 10) Fumul ce-l emiteți dăunează copiilor, familiei și prietenilor; 11) Copiii fumătorilor sunt mai predispuși să înceapă să fumeze; 12) Renunțați la fumat și rămâneți în viață pentru cei dragi; 13) Fumatul reduce fertilitatea; 14) Fumatul crește riscul de impotență.” <p>În contextul modificărilor și completărilor operate la articolul susmenționat în tot textul legii în sintagma “avertismente privind dauna fumatului” cuvântul “privind” se substituie cu cuvântul</p>	
--	--	--	--	--

			<p>“despre”.</p> <p>Sunt nefondate acuzațiile precum că avertismentele combinate despre dauna fumatului (text-imagine) de dimensiuni mari afectează dreptul de proprietate a producătorilor de tutun, inclusiv protecția mărcii comerciale.</p> <p>Mai multe țări au adoptat legi dure, care cer aplicarea pe pachete de produse din tutun a avertismentelor grafice de dimensiuni mari. În majoritatea cazurilor acest lucru a fost făcut fără orice pretenții juridice din partea industriei tutunului. În cazurile în care au fost intentate procese judiciare bazate pe astfel de declarații, instanțele judecătorești au pronunțat decizia nu în favoarea companiilor de tutun. De exemplu, autoritatea judiciară a Comunității Europene s-a pronunțat împotriva companiilor British-American tobacco și Japan Tobacco International, care au declarat că decizia Directivei (<i>Directiva UE 2001/37/EC</i>) privind necesitatea aplicării în practică a avertismentelor de dimensiuni mari și interzicerea informațiilor ce duc în eroare, încalcă dreptul de proprietate, inclusiv protecția mărcilor comerciale</p> <p>http://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?language=en&num=C-491/01</p> <p>Curtea Supremă Canadiană a respins un recurs din partea industriei tutunului precum că avertismentele grafice încalcă libera exprimare prevăzută de Codul</p>	
--	--	--	--	--

			<p>drepturilor și libertății</p> <p>http://scc-csc.lexum.com/scc-csc/scc-csc/en/item/2369/index.do</p> <p>De asemenea, sunt false declarațiile că avertismentele despre dauna fumatului de dimensiuni mari pot fi o încălcare a angajamentului țării ca parte semnatară a acordurilor internaționale privind comerțul și proprietatea intelectuală. Părțile semnatare ale CCCT urmează principiul că fiecare persoană are dreptul la informații cu privire la daunele pentru sănătate, precum și despre faptul că fumatul provoacă dependență, iar consumul de tutun și expunerea la fumul de tutun reprezintă o amenințare letală. Pentru aplicarea în practică a acestui principiu, în conformitate cu Art.11 din CCCT, Părțile sunt obligate să adopte și să implementeze avertismente despre dauna fumatului, de dimensiuni mari, explicite, vizibile și clare, ce conțin imagini, în termen de trei ani după intrarea în vigoare a CCCT pe teritoriul țărilor semnatare.</p> <p>În același timp avertismentele despre dauna fumatului de dimensiuni mari nu reduc valoarea proprietății private, nu afectează negativ “reputația” companiilor de produse din tutun, asociată cu ambalajul și nu sunt un risc de comerț ilicit. Valoarea producției de Brand a producătorilor de tutun nu este mai importantă decât angajamentul și dreptul unui stat de a-si proteja cetățenii de ambalaje false și înșelătoare, care, direct sau indirect, afirma că un brand de tutun</p>	
--	--	--	---	--

			<p>este mai puțin dăunător decât altul. De asemenea nu pot fi acceptate acuzațiile că avertismentele combinate despre dauna fumatului de dimensiuni mari (65%) pot contribui la “erodarea politicilor de poziționare de marcă și înlocuirea acestora cu o poziționare de preț”, ceea ce ar duce la comerțul ilicit cu produse din tutun. Aceste acuzații au fost preluate din declarațiile industriei tutunului la măsurile propuse de unele țări care au propus eliminarea a oricărei referință la Brand pe pachetele de produse din tutun (pachete simple) De menționat că, în anul 2012, Înalta Curte din Australia a respins cererea de chemare în judecata, de către industria tutunului, asupra legii cu privire la ambalaj simplu, deschizând calea pentru ca legea să fie pusă în aplicare</p> <p>http://www.theaustralian.com.au/national-affairs/high-court-clears-way-for-plain-packaged-cigarettes-to-be-sold-in-australia/story-fn59niix-1226450705366#mm-premium</p> <p>Totodată proiectul de lege nu prevede asemenea restricții și de rînd cu fața de sus, fața de jos a pachetului, 50% din fețele laterale, precum și cite 35% suprafață, atît pe fața anterioară, cît și cea posterioară a pachetului, loc pantru aplicarea Brand-ului e mai mult decît suficient. Pe lîngă aceasta din proiectul de lege au fost excluse toate prevederile ce se refereau la prezentarea, dimensiunile și conținutul pachetului de țigarete.</p>	
--	--	--	---	--

21	<p>Art. 13², alin.(3), lit.(b): (3) Avertismentele textuale despre dauna fumatului includ un avertisment general: „Fumatul ucide. Renunță acum!” și un mesaj informațional: „Fumul de tutun conține peste 70 de substanțe ce cauzează cancer”. Acestea trebuie: (b) să acopere cel puțin 40% din suprafața fețelor laterale ale pachetului;</p> <p>Art.13², alin.(4), lit.(b): (4) Avertismentele combinate despre dauna fumatului sunt compuse dintr-un avertisment textual adițional despre dauna fumatului menționat la alin.(5) al prezentului articol și o imagine color corespunzătoare specifică în biblioteca electronică de avertismente despre dauna fumatului și trebuie: (d) să fie plasate în partea de sus a feței anterioare și în partea de jos a feței posterioare ale pachetului de produse din tutun și ale oricărui ambalaj exterior și pe aceeași linie de orientare cu alte informații care apar pe ambalaj;</p>	<p>Se propune expunerea art.13², alin.(3), lit.(b) în următoarea redacție: 3) Avertismentele textuale despre dauna fumatului includ un avertisment general: „Fumatul ucide. Renunță acum!” și un mesaj informațional: „Fumul de tutun conține peste 70 de substanțe ce cauzează cancer”. Acestea trebuie: (b) să acopere cel puțin 2 0% din suprafața fețelor laterale ale pachetului;</p> <p>Se propune expunerea art.13², alin.(4), lit.(b) în următoarea redacție: (4) Avertismentele combinate despre dauna fumatului sunt compuse dintr-un avertisment textual adițional despre dauna fumatului menționat la alin.(5) al prezentului articol și o imagine color corespunzătoare specifică în biblioteca electronică de avertismente despre dauna fumatului și trebuie: b) să acopere 50%, din aria externă a feței anterioare și celei posterioare ale pachetului de produse din tutun pe care sunt imprimate;</p>	<p>Propunerile de a micșora suprafața avertismentelor privind daunele pentru sănătate sunt nefondate. De fapt, autorii propunerilor aplică standarde duble în abordarea Directivei 2014/40/UE. Suprafața și poziționarea avertismentelor textuale privind dauna fumatului (art.13², alin.(3), lit.b) și art.13², alin.(4), lit.(b) este preluată din Directiva 2014/40/UE, așa, cum propun autorii modificărilor pentru alte articole, în baza prevederilor noii directive UE. Prin urmare, industria tutunului propune amendamente care nu sunt conforme cu noua Directivă a UE. Actualmente, majoritatea informației pe care industria tutunului afirmă că este obligată conform GOST 3935-2000 să o plaseze pe pachetele de țigări nu este afișată pe suprafața din față și spate, ci doar pe părțile laterale și sus sau de jos a pachetului de țigări.</p> <p>Astfel propunerea de a micșora suprafața avertismentelor combinate de la 65%, care este conforma Directivei 2014/40/UE, la 50% este nejustificată. Suprafața avertismentului combinat (art.13², alin.(4), lit.(b)) nu poate fi micșorată din cauza că nu se reușește</p>	<p>Se acceptă poziția autorului</p>
----	--	---	--	--

		<p>(d) să fie plasate în partea de jos a pachetului de produse din tutun și ale oricărui ambalaj exterior și pe aceeași linie de orientare cu alte informații care apar pe ambalaj;</p> <p>Considerăm că propunerea privind faptul ca avertismentul general și mesajul informațional (adică avertismentele laterale) să acopere cel puțin 20% reprezintă o abordare corectă, mai ales în circumstanțele în care se acceptă introducerea în Proiectul de lege a acestor avertismente pe părțile laterale (ceea ce reduce considerabil spațiul pe pachet în care trebuie indicată informația cerută de lege și de standardele aplicabile). De exemplu GOST 3935-2000 (se anexează), care prevede în art. 4.11 obligativitatea imprimării pe pachet a următoarelor informații:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Denumirea standardului – GOST 3935-2000 - Numărul țigărilor din pachet, categoria produsului (cu filtru) și faptul că în pachet sunt țigari în următoarea formă: „20 de țigarete cu filtru” - Marca comercială și simbolică acesteia - Numele și adresa juridică a companiei producătoare și a celei care deține licența în următoarea formă: „Produs sub licența și controlul...” 	<p>aplicarea vizibilă a informației legate de serviciile de renunțare la fumat, care este necesară în acest avertisment.</p> <p>De asemenea GOST-urile susmenționate nu sunt aplicate în practică pe toate produsele de tutungerie ce se comercializează pe piața RM. De exemplu pe pachetele de țigări produse de tutun CTC (Blood, Plugarul, Wont), pachetele de țigări Style produse de Imperial Tobacco Production, pachetele de țigări Vogue produse de BAT, pachetele de țigări Kiss produse de Innovation Tobacco Company LTD, pachetele de țigări Karelia produse de Karelia Tobacco Company etc. nu există toată informația prevăzută în art.4.11 a GOST 3935-2000. De exemplu nu există inscripția “Vînzarea către minori este interzisă”. Astfel referirea la obligativitatea GOST 3935-2000 (art.4,11) nu este alceva decît a duce în eroare cu scop de a diminua eficiența avertismentelor despre dauna fumatului.</p> <p>Ministerul Sănătății, în cadrul Comisiei protecției sociale, sănătate și familie, a acceptat micșorarea suprafeței avertismentelor textuale (art.13², alin.(3), lit.b)), la solicitarea industriei</p>	
--	--	---	--	--

		<ul style="list-style-type: none"> - Țara de producere în următoarea formă: „Fabricat în...” - Faptul că acest produs nu se vinde minorilor: „Vânzarea către minori este interzisă” - Codul de bare (8-13 cifre) <p>De asemenea, pe pachet este obligatoriu de imprimat:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prețul maxim de vânzare cu amănuntul - Data producerii - Timbrul de acciz - Sdresa pentru reclamații <p>În acest fel, ținând cont de avertismentele de sănătate extinse care vor acoperi circa 65% din suprafața pachetului, este practic imposibil de imprimat pe pachet toată această informație.</p> <p>În situația în care avertismentul combinat va fi amplasat în partea de sus a feței anterioară a pachetului (în timp ce pachetul este amplasat în vitrină), va fi practic imposibil de văzut care este marca/brandul produsului pus în vânzare. În acest caz apar și riscuri de încălcare a drepturilor de proprietate intelectuală asupra mărcilor înregistrate a producătorilor de tutun.</p>	<p>tutunului.</p> <p>Directiva 2014/40/UE prevede ca avertismentul combinat să fie afișat pe partea de sus a pachetului de țigări și nu în partea de jos. Supozițiile industriei tutunului precum că amplasarea pachetului în vitrină va face imposibil vizualizarea mărcii produsului sunt false. Astăzi avertismentul textual privind dauna fumatului este amplasat în partea de jos a pachetului, ocupă doar 30% din suprafața anterioară și atunci când este amplasat în vitrină nu este acoperit. Conformarea plasării avertismentului textual privind dauna fumatului, în conformitate cu Directiva 2014/40/UE, în partea de sus a pachetului nu încalcă drepturile de proprietate intelectuală a mărcilor înregistrate a producătorilor de tutun.</p>	
22	<p>Articolul 13³. Avertismentele combinate privind dauna fumatului (1) Avertismentele</p>	<p>Se propune a fi expus în următoarea redacție:</p> <p>Art. 13³. Avertismentele combinate</p>	<p>Se acceptă parțial.</p> <p>Se acceptă doar propunerea de a exclude cuvântul “unitar”. Astfel în</p>	<p>Se acceptă poziția autorului</p>

<p>combinate privind dauna fumatului trebuie să fie imprimate pe fiecare pachet unitar și pe fiecare ambalaj exterior al produselor din tutun.</p> <p>(2) Avertismentele combinate privind dauna fumatului trebuie:</p> <p>a) să fie compuse dintr-un avertisment textual privind dauna fumatului menționat la alin. (4) al prezentului articol și o fotografie corespunzătoare, specificate în biblioteca electronică de avertismente privind dauna fumatului;</p> <p>b) să cuprindă informații despre renunțarea la fumat, precum numărul de telefon, adresa de e-mail și/sau pagina web oficială a autorității publice, destinate să informeze consumatorii despre programele disponibile de susținere a persoanelor care doresc să renunțe la fumat;</p> <p>c) să acopere pînă la 75% dar nu mai puțin de 65% din aria externă a ambelor suprafețe vizibile mari ale</p>	<p>privind dauna fumatului</p> <p>(1) Avertismentele combinate privind dauna fumatului trebuie să fie imprimate pe fiecare pachet și/sau pe fiecare ambalaj exterior al produselor din tutun.</p> <p>(2) Avertismentele combinate privind dauna fumatului trebuie:</p> <p>a) să fie compuse dintr-un avertisment textual privind dauna fumatului menționat la alin. (5) al prezentului articol, imprimat pe partea din față a pachetului și o fotografie corespunzătoare, specificată în biblioteca electronică de avertismente privind dauna fumatului, imprimată pe partea din spate a pachetului;</p> <p>b) să acopere pînă la 50% dar nu mai puțin de 40% din aria externă a ambelor suprafețe vizibile mari ale pachetului de produse din tutun pe care este imprimat, inclusiv chenarul din jurul acestuia;</p> <p>c) să fie plasate în partea de jos al pachetului și a oricărui ambalaj exterior și în aceeași direcție cu alte informații care apar pe ambalaj;</p> <p>Se propune menținerea mărimilor actuale ale avertismentelor privind dauna fumatului, fie adoptarea următoarelor opțiuni pentru modificarea art. 13³ în baza modele din regiune:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>România - partea din față:</i> 	<p>tot textul legii noțiunea de “pachet unitar de produse din tutun” se substituie cu “pachet de produse din tutun”.</p> <p>Avînd în vedere faptul că urmare a Obiecțiilor și propunerilor parvenite Art.13² și 13³ au fost comasate (a se vedea mai sus Art.13²) poziția autorului expusă mai jos, se referă la varianta Art.13³ din această rînd (varianta veche a Art.13³).</p> <p>Propunerea de expunere în redacție nouă a lit.a) de la alineatul (2), din Art.13³, produce o interpretare eronată a noțiunii de “avertisment combinat privind dauna fumatului”. Prin esența sa “avertismentul combinat privind dauna fumatului” este compus din 2 componente - un text și o imagine. Iar ceea ce se propune nu este un avertisment combinat ci două avertismente distincte: unul textual imprimat pe fața anterioară și altul - imagine imprimat pe fața posterioară a pachetului de produse din tutun. Dovezile științifice demonstrează că avertismentele combinate (text+imagine) sunt mai eficiente decât avertismentele alcătuite doar din text și sunt surse eficiente de</p>	
--	--	---	--

<p>pachetului unitar de produse din tutun pe care este imprimat, fără a considera chenarul;</p> <p>d) să expună același avertisment textual privind dauna fumatului și fotografia în culori corespunzătoare pe ambele fețe ale pachetului unitar și pe orice ambalaj exterior;</p> <p>e) să fie plasate în partea de sus al pachetului unitar și a oricărui ambalaj exterior și în aceeași direcție cu alte informații care apar pe ambalaj;</p> <p>f) să respecte următoarele dimensiuni pentru pachetele unitare de țigări:</p> <p> înălțimea să fie de cel puțin 64 mm;</p> <p> lățimea să fie de cel puțin 55 mm.</p> <p>(3) Avertismentele combinate privind dauna fumatului se împart în două seturi, a câte 7, care se schimbă prin rotație semestrial. Fiecare avertisment combinat privind dauna</p>	<p><i>Avertisment textual (40%), partea din spate: Avertisment pictorial (imagine) + text (50%)</i></p> <p>• <i>Ucraina - partea din față: Avertismente pictoriale (imagine) + text (50%), iar partea din spate: Avertisment textual (50%)</i></p> <p>Legislația Republicii Moldova prin Legea 278 cu privire la tutun și la articolele din tutun din 14.12.2007 a îndeplinit deja în mare parte toate angajamentele ce țin de ambalaje și de etichetarea produselor din tutun, asumate prin ratificarea Convenției Cadru cu privire la Controlul Tutunului a Organizației Mondiale - a se vedea art. 11 (1).</p> <p>Legea 278 cu privire la tutun și la articolele din tutun este conformă și cu art. 5, p. (5) al <i>Directivei 2001/37/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 5 iunie 2001 privind apropierea actelor cu putere de lege și a actelor administrative ale statelor membre în materie de fabricare, prezentare și vânzare a produselor din tutun.</i></p> <p>Se consideră inacceptabilă poziționarea avertismentelor la marginea de sus a pachetului (art. 13³, par. 2, lit. e), deoarece mărcile de acciz ar putea acoperi o parte din avertismentul combinat. De asemenea, această prevedere intră în conflict direct cu art. 13¹, par. 4, care</p>	<p>informație despre riscurile consumului de tutun, în special pentru cei ce doresc să inițieze fumatul (minori și tineri). În RM prevalența fumatului printre tineri este înaltă și constituie 21% printre băieți și 7% printre fete.</p> <p>De asemenea nu poate fi acceptată propunerea de expunere în redacție nouă a lit.b) de la alineatul (2) din Art.13³ deoarece avertismentele combinate sunt compuse din: text + imagine + numărul de telefon, adresa de e-mail și/sau pagina web oficială a autorității publice, destinate să informeze consumatorii despre programele disponibile de susținere a persoanelor care doresc să renunțe la fumat. Astfel avertismentul trebuie să fie de dimensiuni mari, clari, vizibile și lizibile pentru a asigura eficacitatea acestora asupra consumatorilor și/sau celor ce doresc să inițieze sau să renunțe la acest obicei vicios. De exemplu, în Canada după introducerea avertismentelor combinate mari prevalența fumatului printre adolescenții de 15-19 ani s-a micșorat în jumătate</p> <p><small>http://www.tobaccoreports.ca/2013/TobaccoUseinCanada_2013.pdf</small></p>
---	---	---

<p>fumatului trebuie să apară pe un număr egal de ambalaje cu produse din tutun de fiecare marcă, plasate pe piață în decurs de un semestru de un singur agent economic.</p> <p>(4) Avertismentele textuale adiționale de sănătate sînt următoarele:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) fumatul cauzează 9 din 10 cancere pulmonare; 2) fumatul cauzează cancer al gîtului și al gurii; 3) fumatul dăunează plămînilor; 4) fumatul cauzează atacuri de inimă; 5) fumatul cauzează accidente vasculare cerebrale și infirmitate; 6) fumatul blochează arterele; 7) fumatul crește riscul de orbire; 8) fumatul dăunează dinților și gingiilor; 9) fumatul poate ucide fătul nenăscut; 10) fumatul dăunează 	<p>menționează că „se interzice imprimarea avertismentelor privind dauna fumatului pe timbrele de acciz”. Se propune excluderea ambelor prevederi din textul legii. În cadrul art. 13³, par. 2, lit. c) să fie adăugată expresia „în partea de jos a pachetului”.</p> <p>Considerăm că nivelele de gudron, nicotină și monoxid de carbon trebuie păstrate pe pachet, deoarece acestea furnizează informații comparative necesare pentru consumatori și autoritățile de reglementare, bazate pe standarde recunoscute la nivel internațional. Excluderea acestora de pe pachet încalcă și prevederile art. 24 din Legea 105/13.03.2003, privind protecția consumatorilor.</p> <p>Se propune a fi expus în următoarea redacție:</p> <p>(3) Avertismentele combinate privind dauna fumatului trebuie să fie:</p> <ol style="list-style-type: none"> a) imprimate cu caractere aldine negre, tip Helvetica, pe fond alb, dimensiunea caracterelor ocupând suprafața maximal posibilă din aria repartizată textului; b) amplasate centrat pe suprafața repartizată, paralel cu marginea pachetului și a ambalajului exterior; c) încadrate într-un chenar negru cu grosimea de cel puțin 3 mm și cel mult 4 mm în interiorul suprafeței rezervate pentru avertismentul textual; 	<p>De asemenea nu corespund realității afirmațiile precum că RM a îndeplinit cerințele CCCT referitoare la angajamentele ce țin de ambalaje și de etichetarea produselor din tutun. Astăzi Legea nr.278 nu prevede avertismente combinate care să conțină imagini și cel mai grav, este, că ambalajele produselor din tutun plastate pe piața RM induc în eroare/crează impresie greșită cu privire la caracteristicile produsului.</p> <p>De asemenea s-a propus ca pe ambele suprafețe vizibile mari ale pachetului de produse din tutun, pe care vor fi plasate și avertismentele combinate, grosimea chenarului negru ce trebuie să apară în interiorul suprafeței rezervate pentru avertismentul combinat să fie de 1mm.</p> <p>Se acceptă, cu condiția reformulării lit e) de la alineatul (2) din Art.13³, a prevederilor menționate la lit.c) de la coloana “Obiecțiile și propunerile parvenite”. Reieșind din faptul că actualmente în RM modalitatea de utilizare a timbrului de acciz acoperă partea posterioară, de sus, a pachetului de țigări se</p>	<p>Se acceptă poziția autorului</p>
--	---	---	--

<p>copiilor, familiei și prietenilor dumneavoastră;</p> <p>11) copiii fumătorilor sînt mai predispuși să înceapă să fumeze;</p> <p>12) renunțați la fumat – rămîneți în viață pentru cei dragi;</p> <p>13) fumatul reduce fertilitatea;</p> <p>14) fumatul crește riscul de impotență.</p>	<p>d) tipărite cu litere minuscule, cu excepția primei litere a primului cuvânt al mesajului;</p> <p>e) tipărire cu vopsea care nu se șterge și nu vor fi întrerupte sau ascunse de timbru de acciz ori de alte elemente ale ambalajului, precum și deteriorate la deschiderea acestuia.</p> <p>(4) Avertismentele combinate privind dauna fumatului se împart în doua seturi, a câte 7, care se schimbă prin rotație <u>cel puțin o dată pe an</u>. Fiecare avertisment combinat privind dauna fumatului trebuie să apară pe un număr egal de ambalaje cu produse din tutun de fiecare marcă, plasate pe piață în decurs de un semestru de un singur agent economic.</p> <p>(5) Avertismentele textuale adiționale de sănătate sînt următoarele:</p> <p>1) fumatul cauzează 9 din 10 cancere pulmonare;</p> <p>2) fumatul cauzează cancer al gâtului și al gurii;</p> <p>3) fumatul dăunează plămânilor;</p> <p>4) fumatul cauzează atacuri de inimă;</p> <p>5) fumatul cauzează accidente vasculare cerebrale și infirmitate;</p> <p>6) fumatul blochează arterele;</p> <p>7) fumatul crește riscul de orbire;</p> <p>8) fumatul dăunează dinților și gingiilor;</p> <p>9) fumatul poate ucide fătul nenăscut;</p> <p>10) fumatul dăunează copiilor, familiei și prietenilor dumneavoastră;</p> <p>11) copiii fumătorilor sînt mai</p>	<p>propune ca lit.e) de la alineatul (2) din Art.13³ (în varianta nouă - lit.d) din alin.(4) a Art.13²) să fie expusă în următoarea redacție: “d) să fie plasate în partea de sus a feței anterioare și în partea de jos a feței posterioare ale pachetului de produse din tutun și ale oricărui ambalaj exterior și pe aceeași linie de orientare cu alte informații care apar pe ambalaj;”</p> <p>Se acceptă excluderea lit. f) de la alineatul (2), din Art.13³</p> <p>De asemenea, se acceptă, cu condiția reformulării alin. (3) din Art.13³, propunerea de extindere pînă la 1 an a perioadei de rotație a avertismentelor combinate privind dauna fumatului. Astfel, se propune ca alin.(3) din Art.13³ (în varianta nouă lit.f) a alin.(4) din art.13²) să fie expusă în următoarea redacție: “f) să se împartă în doua seturi, a câte 7, care se schimbă prin rotație anual și să apară pe un număr egal de pachete de produse din tutun de fiecare marcă, plasate pe piață în decurs de un an de un singur agent economic.”</p>	
--	--	---	--

		<p>predispuși să înceapă să fumeze; 12) renunțați la fumat – rămâneți în viață pentru cei dragi; 13) fumatul reduce fertilitatea; 14) fumatul crește riscul de impotență.</p> <p><u>Cu privire la par. (4) considerăm că schimbarea semestrială a avertismentelor pe pachetele unitare și ambalajele exterioare, este o măsură oneroasă și disproporționată pentru subiecții din industria tutului. Este o perioadă prea scurtă, care va implica un efort extrem de mare din partea producătorilor (în special) să se alinieze normei date. Statul în raporturile cu întreprinzătorii s-a obligat să respecte, <i>inter alia</i>, principiul proporționalității (art. 4, lit. e) din Legea nr. 235 din 20.07.2006 cu privire la principiile de bază de reglementare a activității de întreprinzător.</u></p> <p><u>Directiva UE 2001/37/CE, care este în vigoare la moment, stabilește doar necesitatea ca avertismentele să fie schimbate cu regularitate (art. 5, par. (2)).</u></p> <p><u>Considerăm că este rezonabilă continuarea aplicării perioadei de cel puțin un an, așa cum este reglementat la moment de art. 11, par. (5) din Legea nr. 278 din 14.12.2007 cu privire la tutun și articolele din tutun.</u></p>		
--	--	--	--	--

23	<p>Articolul 13⁶. Descrierea și prezentarea produselor din tutun</p> <p>(1) Etichetarea, ambalarea și prezentarea pachetelor unitare, ambalajelor exterioare și a produselor din tutun ca atare nu trebuie să includă elemente sau caracteristici care:</p> <p>a) promovează produsul din tutun prin mijloace false, înșelătoare sau care pot crea impresii eronate despre caracteristicile acestuia, efectele asupra sănătății, pericole sau emisii;</p> <p>b) sugerează că un produs din tutun este mai puțin dăunător decât altele, inclusiv calificarea comparată a produsului de tip <i>light</i>, <i>medium</i>, <i>ultra</i>, <i>extra</i>, <i>super</i>, <i>slim</i> sau <i>alte similare</i>, ori că un produs din tutun are efecte vitalizante, energizante, de întinerire, naturale, organice sau alte efecte pozitive pentru sănătate sau sociale;</p> <p>c) creează similitudini cu denumirile anatomice ale corpului uman, precum și a</p>	<p>Se propun următoarele amendamente pentru art. 13⁶:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>La alin.(1) lit. b), cuvintele „super, slim sau altele similare” se exclud</i> 2. <i>La alin.(1), literele c) și d) se exclud</i> 3. <i>Alineatele (2) și (3) se exclud</i> 4. <i>La alin.(5), sintagma „includ dar nu se limitează” se substituie cu sintagma „se referă”, iar litera d) se exclude.</i> <p>Art. 13⁶. Descrierea și prezentarea produselor din tutun. (1) Etichetarea, ambalarea și prezentarea pachetelor, ambalajelor exterioare și a produselor din tutun ca atare nu trebuie să includă elemente sau caracteristici care: a) promovează produsul din tutun prin mijloace false, înșelătoare sau care pot crea impresii eronate despre caracteristicile acestuia, efectele asupra sănătății, pericole sau emisii; b) sugerează că un produs din tutun este mai puțin dăunător decât altele, inclusiv calificarea comparată a produsului de tip <i>light</i>, <i>medium</i>, <i>ultra</i>, <i>extra</i>, ori că un produs din tutun are efecte vitalizante, energizante, de întinerire, naturale, organice sau alte efecte pozitive pentru sănătate sau sociale;</p> <p>(2) Se interzice prezentarea produselor alimentare, jucăriilor și a altor produse sub formă de pachete de produse din tutun sau care face asociere cu produsele din tutun.</p> <p>(3) La confecționarea pachetelor cu produse din tutun nu pot fi utilizate</p>	<p>Art.13⁶ va deveni 13⁵.</p> <p>Se acceptă excluderea din lit.b) a alin.(1) doar a cuvintelor “super” și “slim”. Cuvintele “sau alte similare” trebuie să rămână pentru a împiedica plasarea pe piață a produselor din tutun de acest gen, în special “soft”, “cu conținut redus de gudron” etc.</p> <p>Nu se acceptă excluderea lit.c) și d) de la alin.(1). Dacă se vor exclude aceste reglementări copii vor fi expuși mesajelor false și înșelătoare prezentate de produsele din tutun. Ambalajele produselor din tutun, care descriu și prezintă similitudini cu denumirile anatomice ale corpului uman, cuvinte „roșu”, „auriu”, se referă la aromă, la gust etc. creează imaginea de brand, care nu corespunde stării de lucruri reale și riscurilor asociate cu consumul produselor din tutun. Prezentarea produselor din tutun care sugerează idealurile de stare, avere, atractivitate sexuală, glamour, eleganță, masculinitate, atletism și sănătate, sunt îndreptate, în rimul rând, spre copii și tineri pentru ai încuraja și stimula să aleagă viciul</p>	<p>Se acceptă poziția autorului</p>
----	---	--	--	--

<p>cuvintelor care pot sugera o stare de bine, precum „roșu”, „auriu” sau a altor cuvinte similare;</p> <p>d) se referă la aromă, gust, prezența sau absența aromatizatorilor sau altor aditivi;</p> <p>e) se aseamănă cu produsele alimentare sau jucăriile.</p> <p>(2) Elementele și caracteristicile interzise, menționate la alin. (1) al prezentului articol includ, dar nu se limitează la texte, simboluri, denumiri, mărci comerciale, expresii metaforice sau de alt gen, culori care induc în eroare, inserțiuni sau alte materiale adiționale, precum etichetele adezive, autocolante, materiale inserate fixate, straturi care se raclează și învelitori sau care se referă la forma produsului din tutun ca atare. Țigaretetele cu diametrul mai mic de 7,5 mm se consideră că induc în eroare.</p> <p>(3) Se interzice specificarea cantității de</p>	<p>tehnologii speciale și pe pachete nu pot fi imprimate elemente ce pot modifica aspectul pachetului sau sustrage atenția consumatorului, acestea se referă la: a) cerneluri care se activează la căldură și/sau fluorescente în anumite tipuri de lumină;</p> <p>b) cerneluri sau ornamente care apar gradual în timp;</p> <p>c) aplicații care se elimină sau se răzuiesc pentru a pune în evidență imagini sau texte;</p> <p>Interzicerea plasării pe piață a țigaretetelor cu diametru mai mic de 7.5 mm va duce inevitabil la interzicerea unor categorii întregi de produse, care reprezintă în prezent mai mult de 30% din piața legală.</p> <p>Această măsură va reorienta masiv consumul către produse similare venite pe canale ilicite din/prin Transnistria spre piața legală din Republica Moldova, precum și din Ucraina, Belarus etc. și nemijlocit diminuarea corespunzătoare a veniturilor la bugetul de stat. De asemenea, par. (1) conține prevederi care pot fi aplicate și interpretate subiectiv de către instituțiile de control. Se propune redactarea acestuia într-o formă neutră.</p> <p>Parlamentul European a exclus prevederea cu privire la interzicerea</p>	<p>de a fuma. Menționăm că pentru un copil, un pachet de țigări care creează similitudini cu stare de bine, atletism etc. joacă rolul unui fel de simbol, exprimând ceea cum acesta dorește să fie perceput de către alții.</p> <p>Totodată asocierea produselor din tutun cu puterea, atletismul și acceptabilitatea socială, alături de alte calități dorite împiedică fumătorii, care sunt îngrijorați cu privire la starea de sănătate și a mediului ambiant, să decidă să renunțe la fumat.</p> <p>Se acceptă excluderea din alin.(2) doar a doua propoziție: “Țigaretetele cu diametrul mai mic de 7,5 mm se consideră că induc în eroare.”</p> <p>Prevederile alin.(2) sunt necesare pentru a suplimenta reglementările destinate protejrii copiilor de prezentările înșelătoare și false care ascund efectele reale ale consumului de tutun asupra sănătății.</p> <p>Nu se acceptă excluderea alin.(3) deoarece orice cantitate de substanță nocivă din fumul de tutun dăunează sănătății. Specificarea pe pachetele de produse din tutun a</p>	
---	--	---	--

<p>substanțe nocive pe sau în interiorul pachetelor de produse din tutun sau pe produsele din tutun ca atare, inclusiv ca parte a mărcii comerciale.</p> <p>(4) Se interzice prezentarea produselor alimentare, jucăriilor și a altor produse sub formă de pachete de produse din tutun sau care face asociere cu produsele din tutun.</p> <p>(5) La confecționarea pachetelor unitare cu produse din tutun nu pot fi utilizate tehnologii speciale și pe pachete nu pot fi imprimate elemente ce pot modifica aspectul pachetului sau sustrage atenția consumatorului, acestea includ, dar nu se limitează la:</p> <p>a) cerneluri care se activează la căldură și/sau fluorescente în anumite tipuri de lumină;</p> <p>b) cerneluri sau ornamente care apar gradual în timp;</p> <p>c) aplicații care se elimină sau se răzuiesc pentru</p>	<p>țigaretelor cu un diametru mai mic de 7.5mm din Proiectul de Directivă privind controlul tutunului, precum și interzicerea produselor mentolate și a ierburilor pentru fumat (utilizate în narghilele).</p> <p>„Aplicațiile reliefate” din paragraful 5 (d) reprezintă un element cheie în lupta cu contrafacerea produselor din tutun și sunt foarte greu de falsificat. Se propune excluderea paragrafului respectiv.</p> <p><u>Considerăm că legiuitorul trebuie să evite expresia generală și cuprinzătoare „includ dar nu se limitează” și să aplice formulări cât mai precise și obiective.</u></p>	<p>unei cantități mai mici de substanțe nocive este un element de înșălăciune a consumatorilor. Această înșălăciune doar stimulează vânzările produselor din tutun și, de fapt, nu se reduc efectele nocive ale fumatului pentru sănătate. Un om care alege să fumeze țigări pe pachetul cărora sunt specificate cantități de substanțe nocive mai mici, decât pe alte pachete de țigări, consumă mai multe țigări (fumează mai des și inhalează mai adânc fumul de tutun pentru a atinge nivelul de nicotină cu care s-a deprins organismul).</p> <p>Sudiul privind prevenirea cancerului, care a implicat aproape 1 milion de americani, a constatat că riscul de cancer pulmonar este același la persoanele care fumează țigări cu conținut mediu, scăzut și foarte scăzut de gudron. Iar conform unui studiu cu o durată de 40 de ani printre fumătorii britanici, morbiditatea prin cancer pulmonar a crescut cu aproape 20% în rândul fumătorilor în etate, în ciuda popularității țigărilor cu "conținut redus de gudron".</p> <p>La alin.(5) nu se acceptă substituirea sintagmei "include dar</p>	
---	--	--	--

	<p>a pune în evidență imagini sau texte;</p> <p>d) aplicații reliefate.</p>		<p>nu se referă” din următoarele considerente: Da, în varianta perfectă (ideală) norma juridică trebuie să exprime o regulă de comportament social ce oferă soluții nu doar precise ci și exhaustive pentru toate scenariile posibile, prezente și viitoare. Or, în cazul nostru, dat fiind progresul tehnico-științific, noi nu putem anticipa ce modalități tehnice ar putea fi inventate pentru a eluda prohibiția. În același timp, să ne limităm doar la interdicția generală, fără a enumera mecanisme tehnologice (cunoscute la moment), e nepotrivită deoarece nu comportă un efect profilactic, care până la urmă trebuie să-l aibă o norma restrictivă. Urmărind preîntâmpinarea eventualilor tentative de a eluda interdicția, norma propune un număr de exemple care reprezintă situații de încălcare a regulii. În același timp, dat fiind imposibilitatea de a anticipa tehnologiile viitoare, este inclusă și mențiunea că încălcarea regulii nu se limitează doar la aceste cazuri.</p> <p>Nu se acceptă excluderea lit.d) din alin. (5) deoarece “aplicațiile</p>	
--	---	--	--	--

			reliefate” fac parte din aceleași tactici înșelătoare cu impact asupra copiilor.	
24	<p>Articolul 13⁷. Prezentarea și conținutul pachetului unitar</p> <p>(1) Pachetul unitar de țigarete este de formă paralelipipedică.</p> <p>(2) Pachetul unitar cu tutun care se rulează este de forma unei pungi dreptunghiulare, cu o clapă care acoperă deschizătura. Clapa acoperă cel puțin 70% din suprafața anterioară a pachetului.</p> <p>(3) Pachetele unitare ale produselor din tutun, altele decât cele specificate la alin. (1) și (2) ale prezentului articol sînt de formă paralelipipedică sau cilindrică.</p> <p>(4) Pachetul unitar de țigarete trebuie să conțină cel puțin 20 de țigări.</p> <p>(5) Pachetul unitar cu tutun care se rulează trebuie să conțină cel puțin 40 g de tutun.</p> <p>(6) Pachetul de țigarete nu are o deschizătură care poate fi reînchisă sau</p>	<p>Se propune excluderea acestui articol din textul proiectului de lege.</p> <p>Instituirea prin lege a formei și mărimii pachetului de țigarete va duce inevitabil la apariția produselor contrafăcute, deoarece acestea vor deveni mult mai simple și mai ușor de falsificat.</p> <p>Forma pachetului prestabilită ar fi în stare să restrângă semnificativ complexitatea unui pachet de țigarete, astfel eliminându-se de fapt un obstacol important în calea contrafacerii. Complexitatea ambalajului pentru țigarete este prima și cea mai bună linie de apărare împotriva contrafacerii. Imprimarea hitec, caracteristicile de design îmbunătățite și actualizarea constantă a designului de ambalaj și forma pachetului prezintă obstacole considerabile și costisitoare pentru contrafacere.</p> <p>Parlamentul European a exclus prevederea privind instituirea pachetelor standardizate din Proiectul de Directivă cu privire la controlul tutunului.</p> <p>Introducerii standardizării complete a</p>	<p>Se acceptă cu condiția stabilirii restricțiilor pentru comercializarea pachetelor de “stil ruj” în alt articol.</p> <p>Astfel lit.h) de la alin.(1) din Art.13¹³ (în redacție nouă Art.13¹¹ Prevenirea accesului minorilor la produsele din tutun și produsele care conțin nicotină) se completează după cuvintele “de produse din tutun” cu sintagma: “în pachete de “stil ruj,”.</p>	<p>Se acceptă poziția autorului</p>

	<p>resigilată după ce deschizătura este deschisă prima oară, alta decât clapa superioară basculantă. Capacul superior basculant al unui pachet de țigarete este fixat numai de partea posterioară a pachetului.</p>	<p>ambalajelor produselor din tutun (inclusiv culorile și caracterele înscrisurilor) pot fi interpretate ca restrângeri evidente ale dreptului de a folosi mărcile comerciale, incluzând mărci verbale, figurative și nume de comerț. Reducerea suprafeței de afișare la 25-35% din totalul suprafeței pachetului, cât și propunerile de standardizare ale formei pachetelor (forma paralelipipedică), exclud drepturile de proprietate industrială pre-dobândite ale titularilor, echivalând cu o expropriere sau anulare a acestora, elimină funcțiile inerente ale acestora (imposibilitatea de a distinge între produse de același gen) și descurajează orice forma de inovație.</p> <p>Potrivit art. 126 din Constituția Republicii Moldova, economia Republicii Moldova este o economie de piață bazată pe proprietatea privată și libera concurență, inviolabilitatea investițiilor (inclusiv străine) sunt protejate și în conformitate cu art. 128, Republica Moldova garantează drepturile de proprietate (inclusiv intelectuală). Mai mult decât atât, art. 9 din Legea 81 din 18.03.2004 cu privire la investițiile în activitatea de întreprinzător obligă autoritățile publice să respecte drepturile investitorilor străini. Propunerile Proiectului de lege sunt contrare și principiilor prevăzute de art. 4 par. (3) lit. a) din Legea nr. 780 din 27.12.2001 cu privire la</p>		
--	---	---	--	--

		<p>procesele legislative, care prevede că, atunci când se adoptă o lege trebuie respectată regula de oportunitate.</p> <p>Angajamentele internaționale sunt de asemenea încălcate, inclusiv Acordurile Organizației Mondiale a Comerțului cu privire la Aspectele legate de Comerț ale drepturilor de proprietate intelectuală („TRIPS”), Acordul privind Barierele Tehnice în calea Comerțului („BTC”), Organizația Mondială a Proprietății Intelectuale Organizației din Paris, Convenția pentru Protecția Proprietății Intelectuale („Convenția de la Paris”).</p> <p>Măsurile propuse în acest proiect de lege afectează, de asemenea, investițiile efectuate de producători care sunt protejate în cadrul acordurilor comerciale bilaterale cum ar fi acordurile bilaterale (tratate) cu privire la protejarea reciprocă a investițiilor semnate între Republica Moldova și România, Federația Rusă, Ucraina și Luxemburg:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Acordul dintre Guvernul Republicii Moldova și Uniunea Belgia - Luxemburg privind promovarea și protejarea reciprocă a investițiilor, semnat la Chișinău la 21.05.1996 (document ratificat - Legea nr. 995-XIII din 15.10.1996), în vigoare din 20.04.2002. 2. Acordul între Guvernul Republicii Moldova și Guvernul României privind promovarea și protejarea reciprocă a 		
--	--	--	--	--

		<p>investițiilor, semnat la București la 14.08.1992. (Document Ratificat - Legea nr. 861-XIII din 31.05.1996), în vigoare din 15.06.1997.</p> <p>3. Acordul între Guvernul Republicii Moldova și Guvernul Ucrainei privind promovarea și protejarea reciprocă a investițiilor, semnat la Chișinău la 29.08.1995. (Document Ratificat - legea nr. 762-XIII din 06.03.1996), în vigoare din 27.05.1996.</p> <p>4. Acordul între Guvernul Republicii Moldova și Guvernul Federației Ruse privind promovarea și protejarea reciprocă a investițiilor de capital, semnat la Moscova la 17.03.1998. (Ratificarea documentului - Hotărârea Parlamentului nr. 64-XIV din 25.06.1998), în vigoare din 18.07.2001.</p> <p>5. Acordul OMC privind aspectele drepturilor de proprietate intelectuală legate de comerț („TRIPS”). Art. 15 (4) din TRIPS prevede în mod expres că natura produselor cărora li se va aplica o marcă de fabrică sau de comerț nu va constitui un obstacol la înregistrarea mărcii. De asemenea art. 20 din TRIPS prevede că „Folosința unei mărci de fabrică sau de comerț în cursul unor operațiuni comerciale nu va fi împiedicată de o manieră nejustificată prin cerințe speciale, cum ar fi folosința cu a unei alte mărci, folosința sub o formă specială, sau folosința de o manieră care să dăuneze capacității sale de a distinge produsele sau</p>		
--	--	--	--	--

		serviciile unei întreprinderi de cele ale altor întreprinderi”.		
25	<p>Articolul 13⁸. Trasabilitatea și semnul distinctiv de securitate</p> <p>(1) Toate pachetele unitare de produse din tutun se marchează cu un identificator unic.</p> <p>(2) Identificatorul unic trebuie să fie imprimat/aplicat, astfel încât să nu poată fi detașat, să fie inteligibil și să nu fie nici într-un fel ascuns sau întrerupt, inclusiv de timbrele de acciz și marcajele de prețuri ori la deschiderea pachetului.</p> <p>(3) Identificatorul unic trebuie să permită determinarea:</p> <p>a) zilei și locului fabricării;</p> <p>b) întreprinderii producătoare;</p> <p>c) utilajului folosit la fabricarea produsului din tutun;</p> <p>d) schimbului sau timpului fabricării;</p> <p>e) descrierii</p>	<p>Se propune excluderea acestui articol din textul proiectului de lege</p> <p>Republica Moldova nu a ratificat Protocolul cu privire la comerțul ilicit. Președintele Republicii Moldova a aprobat semnarea de către Republica Moldova în noiembrie 2012 a acestui Protocol prin Decretul Nr. 840 din 28 octombrie 2013.</p> <p>Introducerea marcajului de securitate pe suprafața pachetului se va suprapune cu legislația națională care prevede obligativitatea timbrilor fiscale care au elemente de securizare.</p> <p>Actualmente nu se atestă un fenomen ilicit sub forma de contrabanda de țigarete spre Republica Moldova (sub 1%).</p> <p>Aplicarea tehnologiilor viabile, inclusiv de identificare și urmărire, sunt deja utilizate de majoritatea companiilor producătoare de produse din tutun. Acestea indubitabil sporesc în mod semnificativ eforturile autorităților de a opri contrafacerea produselor din tutun și pot preveni comerțul ilicit.</p>	<p>Art.13⁸ va deveni 13⁶.</p> <p>Nu se acceptă excluderea, în totalmente, a reglementărilor menite să prevină și să elimine comerțul ilicit cu produse din tutun!</p> <p>Faptul că Republica Moldova nu a ratificat Protocolul cu privire la comerțul ilicit nu este un argument ca legea privind controlul tutunului să nu prevadă reglementări care să prevină și să elimine comerțul ilicit. RM trebuie să adopte și să implementeze măsuri eficiente legislative, pentru a se asigura că pachetele de produse din tutun sunt marcate pentru a facilita determinarea originii produsului, determinarea punctului de deviere, monitorizarea, documentarea și controlul mișcării produselor ce conțin tutun și a statutului lor legal. Toate aceste reglementări trebuie susținute elaborarea unui regim practic de descoperire și detectare, ce va asigura suplimentar sistemul de distribuire și va ajuta la</p>	<p>Se acceptă poziția autorului</p>

<p>produsului;</p> <p>f) pieței de destinație pentru comerțul cu amănuntul;</p> <p>g) rutei de transport preconizată;</p> <p>h) importatorului, după caz;</p> <p>i) rutei curente/actuale a încărcăturii de la producător pînă la primul punct de vînzare cu amănuntul, inclusiv a tuturor depozitelor utilizate;</p> <p>j) identității tuturor cumpărătorilor de la producător pînă la punctul de comerț cu amănuntul;</p> <p>k) facturii, înscrierilor privind numărul ordinului și a plăților tuturor cumpărătorilor de la producător pînă la primul vînzător cu amănuntul.</p> <p>(4) Toți agenții economici, implicați în comercializarea produselor din tutun de la producător pînă la ultimul agent economic premergător punctului de comerț cu amănuntul trebuie să dețină înregistrări privind intrarea tuturor pachetelor unitare pe care le au în posesie, precum și toate</p>		<p>investigarea comerțului ilicit.</p> <p>Priu urmare, una din opțiunile, de compromis, pentru acest articol ar fi intrarea în vigoare odată cu semnarea de către Republica Moldova a Protocolului cu privire la comerțul ilicit.</p> <p>În cazul când în viitorul apropiat nu se prevede semnarea Protocolului cu privire la comerțul ilicit, se propune expunerea acestui articol în redacție nouă:</p> <p>„Articolul 13⁶. Trasabilitatea și identificarea</p> <p>(1) Toate pachetele de produse din tutun:</p> <p>a) se marchează, prin metoda și în locul stabilit de producător, prin indicarea numărului de serie al lotului sau echivalentul său, astfel ca să asigure posibilitatea identificării locului și datei fabricării;</p> <p>b) se marchează, prin metoda și în locul stabilit de producător, cu mențiunea ”Destinat comercializării pe teritoriul ...”, cu specificarea denumirii țării pe teritoriul căreia urmează a fi comercializate</p>	
---	--	--	--

<p>mișcările intermediare și ieșirea finală din posesia lor.</p> <p>(5) Producătorii de tutun asigură toți agenții economici, implicați în comercializarea produselor din tutun de la producător pînă la ultimul agent economic premergător punctului de comerț cu amănuntul, inclusiv importatorii, depozitele angro și companiile transportatoare cu echipamentele necesare pentru înregistrarea tuturor produselor din tutun, cumpărate, vîndute, depozitate, transportate sau altfel manipulate. Echipamentele trebuie să asigure citirea și transmiterea electronică a datelor la instituția depozitară.</p> <p>(6) Înscriserile nu pot fi modificate sau șterse de nici unul dintre actorii implicați în comercializarea produselor din tutun, dar agentul economic care a introdus datele și alți agenți economici, implicați direct în tranzacții, precum furnizorul sau destinatarul, pot face comentarii la datele</p>		<p>produsele din tutun. Pentru produsele din tutun comercializate pe teritoriul Republicii Moldova pe pachetul de produse din tutun se va aplica mențiunea "Destinat comercializării pe teritoriul Republicii Moldova"</p> <p>(2) Informația menționată la alin.(1) al prezentului articol trebuie să fie accesibilă consumatorilor și organelor de control în scopul identificării produselor din tutun și monitorizării circulației lor."</p>	
--	--	---	--

<p>introduse anterior. Agenții economici implicați trebuie să introducă datele corecte și o referință la intrarea precedentă, care din punctul lor de vedere necesită corectare.</p> <p>(7) Toți producătorii și importatorii de produse din tutun trebuie să încheie contracte de depozitare a datelor cu o parte terță, care dispune de dispozitivele și mijloacele necesare pentru depozitarea datelor referitor la producătorul vizat și care este amplasată fizic în teritoriul Republicii Moldova.</p> <p>(8) Partea terță care asigură depozitarea datelor își desfășoară activitatea în mod transparent și asigură accesibilitate la datele depozitate și dispozitivele de depozitare Ministerului Afacerilor Interne, Ministerului Sănătății și Guvernului.</p> <p>(9) Fiecare pachet unitar cu produse din tutun plasat pe piață va avea imprimat sau aplicat, astfel</p>			
---	--	--	--

	<p>încît să nu poată fi detașat, vizibil, un semn distinctiv, dovadă a securității (ne)falsificării, cu dimensiunea de cel puțin 1 cm², inteligibil și care să nu fie nici într-un fel ascuns sau întrerupt, inclusiv de timbrele de acciz și marcajele de prețuri ori de alte elemente prevăzute de legislație.</p> <p>(10) Gestionarea sistemului de semne distinctiv se efectuează conform Regulamentului aprobat de către Guvern.</p>			
26	<p>Articolul 13⁹. Publicitatea și promovarea prin sponsorizare a produselor din tutun</p> <p>(1) Se interzice orice formă de publicitate în favoarea produselor din tutun, inclusiv publicitatea la radio și televiziune, în presa scrisă, în publicitatea cinematografică, video, prin Internet, cu folosirea rețelilor telefonice, telegrafice, ceea ce include, dar nu se reduce la, publicitatea exterioară și cea</p>	<p>Se propune re-formularea și expunerea acestui paragraf în următoarea formă:</p> <p>Art. 13⁹, par. (1). Se interzice orice formă de publicitate în favoarea produselor din tutun, inclusiv publicitatea la radio și televiziune, în presa scrisă, în publicitatea cinematografică, video, prin internet, cu folosirea rețelilor telefonice, telegrafice, ceea ce include dar nu se reduce la, publicitatea exterioară, în sau pe mijloacele de transport și prin intermediul trimitărilor poștale, cu</p>	<p>Nu se acceptă.</p> <p>Excluderea interdicțiilor pentru publicitatea produselor din tutun <i>în interiorul spațiilor publice închise și spațiile semideschise, în special, publicitatea în exteriorul și interiorul locurilor de vânzare angro și cu amănuntul a produselor din tutun și în localurile în care se prestează servicii</i>, va expune copiii și tinerii la marghetingul agresiv cu produse de tutungerie în aceste localuri.</p> <p>De menționat că publicitatea</p>	<p>Se acceptă poziția autorului</p>

	<p>din interiorul spatiilor publice închise și spațiile semideschise, în special, publicitatea în exteriorul și interiorul locurilor de vânzare angro și cu amănuntul a produselor din tutun și în localurile în care se prestează servicii, publicitatea în sau pe mijloacele de transport și prin intermediul trimiterilor poștale, precum și publicitatea pe accesoriile pentru fumat.</p>	<p>excepția publicității în interiorul locurilor de vânzare angro și cu amănuntul a produselor din tutun”</p>	<p>intensă în în puncte de vânzare cu amănuntul are un impact major asupra minorilor vulnerabili. Adesea plasarea publicității pentru țigări se face la nivelul ochilor copiilor, în special în punctele de vânzare cu amănuntul! Însuși industria tutunului afirmă că „<i>Nivelul ochilor ridică nivelul de vânzări, plasarea produsului pe axa vizuală a consumătorului sporește posibilitatea procurării acestuia comparativ cu produsele aranjate mai sus sau mai jos</i>”(Compania British American Tobacco. Merchandising. Undated. Bates No. 406114627-8.)</p> <p>În spațiile comerciale, toți consumatorii, indiferent de vârstă sau de faptul că sunt sau nu fumători sunt expuși la influența sloganelor și imaginilor care stimulează fumatul. Cercetările arată că publicitatea creată de industria tutunului țintește efectiv tineretul fumător</p> <p>http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/16740823</p> <p>Publicitatea, stimularea vânzărilor contribuie la formarea unor atitudini pozitive față de consumul tutun în rândul minorilor, ceea ce în mod eficient încurajează tinerii să fumeze.</p> <p>Din cercetările industriei tutunului cse observă cert că publicitatea se orientează spre tineret. <i>"Adolescentul de astăzi este potențialul client permanent de mâine și marea majoritate a fumătorilor încep să fumeze în adolescență. . anume la această vârstă se face alegerea inițială a brand-ului "». – Myron E. Johnson,</i></p>	
--	---	---	---	--

			<p><i>cercetător al companiei Philip Morris, a.1981</i></p> <p>Astfel, numai interdicții complete pentru publicitatea, stimularea vânzărilor și sponsorizarea tutunului contribuie la reducerea consumului de tutun, în special în rândul tinerilor</p> <p>http://www.who.int/tobacco/mpower/mpower_report_full_2008.pdf</p> <p>Republica Moldova trebuie să respecte normele stabilite de articolul 13 din Convenția-cadru privind Controlul Tutunului și să aplice interdicții complete privind publicitatea și stimularea vânzărilor produselor din tutun.</p> <p>De asemenea interzicerea totală a publicității nu va aduce prejudicii industriei publicității și economiei. Publicitatea pentru tutun reprezintă doar o mică parte din industria publicității. În Franța veniturile din publicitatea pentru tutun a constituit doar 0,5% din bugetul total de publicitate în 1990, în Marea Britanie în 1994 acesta a constituit 0,7% iar în Belgia în 1995 – 1,8%. Creșterea volumului general de publicitate compensează pierderile bugetare de la interdicția publicității pentru tutun. Experiența mai multor țări ale Uniunii Europene care au interzis publicitatea la produsele din tutun demonstrează că veniturile generate de reclama pentru tutun au fost recuperate prin publicitatea pentru alte sectoare fără pierderi bugetare și reduceri de personal</p> <p>http://ec.europa.eu/dgs/health_consumer/library/press/press78_en.html</p> <p>În același timp procesele de judecată, intentate de industria tutunului, împotriva legilor care prevăd expunerea vizibilă a produselor din tutun în punctele de comercializare cu amănuntul nu se soldează cu succes.</p>	
--	--	--	--	--

			<p>Dimpotrivă companiile de tutun pierd procesele de judecată. În anul 2012 Philip Morris Internațional a pierdut procesul de judecată, intentat pentru un element cheie al legislației de control al tutunului din Norvegia, interdicția de expunere vizibilă a produselor din tutun la punctele de vânzare cu amănuntul</p> <p>http://tobaccodocuments.org/landman/502076674-6675d.html?images_per_page=500&start_page=4501</p> <p>De asemenea, începînd cu anii 2000, tot mai multe procese de judecată sunt intentate de autorități și de persoane fizice împotriva companiilor de tutun și, aceste procese se soldează cu penalizarea companiilor de tutungerie. Există tot mai multe exemple despre procesele de judecată intentate împotriva companiilor de tutun</p> <p>http://www.ash.org.uk/files/documents/ASH_741.pdf</p>	
27	<p>Articolul 13⁹. Publicitatea și promovarea prin sponsorizare a produselor din tutun</p> <p>(2) Se exceptează de la prevederile alin.(1) materialele promoționale destinate exclusiv pentru a fi distribuite producătorilor, importatorilor</p>	<p>Se propune re-formularea și expunerea acestui paragraf în următoarea formă: Art. 13⁹, par. (2). Nu se consideră ca fiind publicitate folosirea de imagine a mărcii comerciale și a logotipului, plasată în următoarele locuri:</p> <p>a) în interiorul sediului principal al agentului economic care produce, importă sau comercializează angro articole din tutun;</p> <p>b) în interiorul locurilor specializate de</p>	<p>Art. 13⁹ va deveni 13⁷.</p> <p>Se acceptă parțial. Se propune expunerea alin.(2) în următoarea redacție.</p> <p>“(2) Se exceptează de la prevederile alin.(1) folosirea de imagine a mărcii comerciale și a logotipului plasată în interiorul sediului principal al agentului economic</p>	<p>Se acceptă poziția autorului</p>

<p>și vânzătorilor de tutun și produselor din tutun.</p>	<p>comercializare cu amănuntul a articolelor din tutun consumatorilor finali; c) pe accesoriile de fumat (brichete, chibrituri, scrumiere)".</p> <p>În prezent singurul loc în care este permisă comunicare cu consumatorii adulți sau fumătorii adulți prin folosirea de imagini a mărcii comerciale și a logotipului sunt sediul agenților economici din domeniul tutunului și la locul de vânzare al produselor din tutun. Acest lucru nu se consideră publicitate.</p> <p>În acest sens, se propune introducerea unui paragraf nou pentru a păstra dreptul la marcă comercială pentru operatorii din domeniu.</p>	<p>care produce, importă produse din tutun, precum și materialele promoționale destinate exclusiv pentru a fi distribuite producătorilor, importatorilor și vânzătorilor de tutun și produselor din tutun.”</p> <p>Nu se acceptă publicitatea produselor din tutun pe chibrituri, brichete, scrumiere (alin.(8) din acest articol) și în locurile de comercializate angro, deoarece logotipurile, imaginile mărcii comerciale ale produselor din tutun au impact direct asupra copiilor. Expunerea la publicitatea produselor din tutun rezultă cu inițierea precoce a consumului de tutun în rândul minorilor. Studiile arată că în țările cu venituri mici și mijlocii, în medie, 69 la sută din copii cu vârsta de 5-6 ani (rezultatele variază de la 50% în Rusia până la 86% în China) au fost capabili să identifice în mod corect cel puțin un logo al produselor de tutun</p> <p><small>http://www.ustr.gov/europeandcentralasia/2012/07/24/press_2012-1159</small></p> <p>De asemenea companiile de tutun plătesc comercianții din punctele de vânzare cu amănuntul ca aceștia să pună la casele suporturi cu logoo ale produselor de tutun,</p>	
--	---	---	--

			inclusiv care luminează cind cumpărătorul se atinge de ele și pune banii pentru cumpărături și când primește restul din banii prezentați pentru plată. Prin aceste tactici industria tutunului își promovează produsele de tutungerie ca un produs ce trebuie de utilizat zilnic și, cel mai important, că aceste practici sunt îndreptate asupra copiilor.	
28	<p align="center">Articolul 13⁹.</p> <p>Publicitatea și promovarea prin sponsorizare a produselor din tutun</p> <p>(3) Se interzice stimularea vânzărilor de produse din tutun, inclusiv, prin sponsorizare sau susținere în alt mod a unor acțiuni sau inițiative publice sau comerciale.</p> <p>(4) Se interzice orice activitate care induce în eroare sau creează o închipuire eronată despre caracteristicile produsului și despre impactul acestuia asupra sănătății.</p> <p>(5) Se interzice agenților economici din industria tutunului inițierea sau participarea în acțiuni de sponsorizare sau acțiuni filantropice.</p> <p>(6) Se interzice sponsorizarea manifestărilor și</p>	<p>Se propune expunerea art.13⁹, alin.(1) și (2) în următoarea redacție:</p> <p>(1) Se interzice orice formă de publicitate în favoarea produselor din tutun, inclusiv publicitatea la radio și televiziune, în presa scrisă, în publicitatea cinematografică, video, prin internet, cu folosirea rețelilor telefonice, telegrafice, publicitatea exterioară, în sau pe mijloacele de transport și prin intermediul trimerilor poștale, cu excepția publicității în interiorul locurilor de vânzare angro și cu amănuntul a produselor din tutun.</p> <p>(2) Nu se consideră ca fiind publicitate folosirea de imagine a mărcii comerciale și a logotipului, plasată în următoarele locuri:</p> <p>a) în interiorul sediului principal al agentului economic care produce, importă sau comercializează angro produse din tutun;</p> <p>b) în interiorul locurilor specializate de comercializare cu amănuntul a articolelor din tutun consumatorilor finali;</p> <p>c) pe accesoriile de fumat (brichete, chibrituri, scrumiere)</p> <p>d) în cadrul materialelor promoționale</p>	<p>Convenția –Cadru privind Controlul Tutunului (art.13.2) prevede interzicerea totală a publicității articolelor de tutungerie. Ministerul Sănătății a acceptat în cadrul Comisiei protecție socială sănătate și familie ca publicitatea să fie permisă doar în interiorul încăperilor și unităților comerciale specializate doar pentru comercializarea produselor din tutun . Formularea propusă de industria tutunului “locurilor specializate” (alin.(2), lit.b) este confuză și lasă loc pentru interpretări. Astfel “loc de comercializare” poate fi considerat orice loc (Chioșc MoldPresa), spațiul lângă aparatul de casă din unitățile comerciale care vînd produse din tutun. În aceste cazuri copii, nefumătorii, dar și fumătorii care doresc să renunțe la fumat vor fi supuși publicității tutunului.</p> <p>De asemenea în cazul cîm țara nu indtroduce restricții totale privind</p>	<p align="center">Se acceptă poziția autorului</p>

<p>activităților legate de produsele din tutun care au efect transfrontalier originar din teritoriul Republicii Moldova.</p> <p>(7) Se interzice utilizarea mărcilor comerciale ale produselor din tutun la promovarea altor produse sau servicii, precum și a mărcilor comerciale ale altor produse sau servicii la promovarea produselor din tutun.</p> <p>(8) Se interzice utilizarea accesoriilor pentru fumat (scrumiere, brichete), în scopul promovării directe sau indirecte a produselor din tutun.</p> <p>(9) Se interzice oferirea gratuită sau la un preț mai mic decât cel stabilit a produselor din tutun.</p> <p>(10) Verificarea respectării prevederilor prezentului articol se efectuează de către Agenția de Stat pentru Protecția Concurenței, Serviciul de Supraveghere de Stat a Sănătății Publice și Inspectoratul Fiscal de Stat în</p>	<p>destinate exclusiv pentru a fi distribuite producătorilor, importatorilor și vânzătorilor de tutun și produselor din tutun.</p> <p>Legislația actuală, prin art. 13 al Legii 278 cu privire la tutun și articolele din tutun din 14.12.2007 este deja foarte prohibitivă și restrictivă, mult mai mult decât în statele membre ale Uniunii Europene și în țările din regiune, în ceea ce privește publicitatea produselor de tutun, promovarea acestora la radio și TV, care se interzice expres. Astfel, considerăm că prevederea art.13⁹, alin.(1) din Proiectul de lege este una prea restrictivă, de aceea propunem excluderea din prevederea respectivă a frazei <i>“în special, publicitatea în exteriorul și interiorul locurilor de vânzare angro și cu amănuntul a produselor din tutun și în localurile în care se prestează servicii”</i>.</p>	<p>publicitatea produselor de tutungerie (Art.13.4, lit.d) din CCCT) este obligată să instituie un mecanism legal de a cheltuielilor din industria tutunului pentru publicitate, care încă nu sunt interzise.</p> <p>În spațiile comerciale, toți consumatorii, indiferent de vârstă sau de faptul că sunt sau nu fumători sunt expuși la influența sloganelor și imaginilor care stimulează fumatul. Cercetările arată că publicitatea creată de industria tutunului țintește efectiv tineretul fumător .</p> <p>Publicitatea, stimularea vânzărilor contribuie la formarea unor atitudini pozitive față de consumul tutun în rândul minorilor, ceea ce în mod eficient încurajează tinerii să fumeze. De menționat că publicitatea intensă în în puncte de vânzare cu amănuntul are un impact major asupra minorilor vulnerabili. Adesea plasarea publicității pentru țigări se face la nivelul ochilor copiilor, în special în punctele de vânzare cu amănuntul! Însuși industria tutunului afirmă că „Nivelul ochilor ridică nivelul de vânzări, plasarea produsului pe axa vizuală a consumătorului sporește posibilitatea procurării acestuia comparativ cu produsele aranjate mai sus sau mai jos”(Compania British American Tobacco. Merchandising.</p>	
---	---	---	--

<p>limita competențelor stabilite de legislația în vigoare”.</p>		<p>Undated. Bates No. 406114627-8.)</p> <p>De asemenea, nu se acceptă publicitatea produselor din tutun pe chibrituri, brichete, scrumiere, deoarece logotipurile, imaginile mărcii comerciale ale produselor din tutun au impact direct asupra copiilor. „Extinderea brandului” (utilizarea accesoriilor pentru fumat (scrumiere, brichete, chibrite), în scopul promovării directe sau indirecte a produselor din tutun) presupune aplicarea denumirii brandului produselor din tutun, a logotipului sau a imaginilor brandului pe produse care nu conțin tutun și afișarea acestora în cadrul evenimentelor și manifestărilor care nu țin de industria tutunului. Expunerea la publicitatea produselor din tutun rezultă cu inițierea precoce a consumului de tutun în rândul minorilor. Studiile arată că în țările cu venituri mici și mijlocii, în medie, 69 la sută din copii cu vârsta de 5-6 ani (rezultatele variază de la 50% în Rusia până la 86% în China) au fost capabili să identifice în mod corect cel puțin un logo al produselor de tutun.</p> <p>Reieșind din cele menționate se propune expunerea următoarea redacție a Art.13⁹, alin.(1) și (2): "(1) Se interzice orice formă de publicitate în favoarea produselor din tutun, inclusiv publicitatea la radio și televiziune, în presa scrisă, în publicitatea cinematografică, video, prin Internet, cu folosirea rețelelor telefonice, telegrafice, publicitatea exterioară, în sau pe mijloacele de transport, în localurile în care se prestează servicii și prin intermediul trimiterilor poștale, precum și publicitatea pe accesoriile pentru fumat. (2) Nu se consideră ca fiind publicitate folosirea de imagine a mărcii comerciale și alogotipului, plasată în următoarele locuri: a) în interiorul sediului principal al agentului economic care produce, importă sau comercializează angro produse din tutun; b) în</p>	
--	--	--	--

			<p>unitățile comerciale și interiorul încăperilor, specializate exclusiv în comercializarea produselor din tutun consumatorilor finali, în care au acces doar adulții; c) în cadrul materialelor promoționale destinate exclusiv pentru a fi distribuite producătorilor, importatorilor și vânzătorilor de tutun și produselor din tutun."</p> <p>Totodată, avînd în vedere faptul că se propun interdicții parțiale privind publicitatea, în conformitate cu prevederile (Art.13.4, lit.d) din CCCT) Art.12 se propune de completat cu un alineat nou cu următorul conținut: „(4) Agenții economici din industria tutunului sînt obligați să prezinte Centrului Național de Sănătate Publică pînă la data de 30 mai, informația ce se referă la anul precedent, despre cheltuielile de publicitate prevăzute în Art13⁹, alin.(2) la lit.b).</p>	
29	<p>Art.13⁹, alin.(5): (5) Se interzice agenților economici din industria tutunului inițierea sau participarea în acțiuni de sponsorizare sau acțiuni filantropice.</p>	<p>Se propune excluderea acestei prevedere din Proiectul de lege. Este inacceptabilă limitarea companiilor din domeniul tutunului de dreptul de a-și demonstra responsabilitatea socială față de comunitatea unde își desfășoară activitatea și de a participa activ prin acte filantropice la dezvoltarea societății. Industria tutunului, asemenea altor agenți economici din țară sau companii multinaționale din diferite domenii de activitate participă activ și se implică în lupta cu comerțul ilicit cu produse din tutun, contribuie prin proiecte de responsabilitate socială și prin acte</p>	<p>Nu se acceptă excluderea completă a acestei interdicții. Convenția –Cadru privind Controlul Tutunului (art.13.2) prevede interzicerea totală a sponsorizării tutunului. Atunci cînd țara, în conformitate cu Constituția, nu poate să introducă interdicții totale privind sponsorizarea, aceasta este obligată să instituie un mecanism de monitorizare a activităților și costurilor industriei tutunului legate de sponsorizare.</p> <p>În acest context stabilirea interdicțiilor parțiale privind publicitatea poate fi acceptată în cazul cînd numele</p>	<p>Se acceptă poziția autorului</p>

		<p>filantropice la dezvoltarea culturii și a societății din Republica Moldova. Suplimentar, în cadrul consultărilor publice organizate de Comisia parlamentară protecție socială, sănătate și familie pe data de 25 februarie 2014, s-a discutat oportunitatea păstrării pentru cetățenii Republicii Moldova și a entităților de tip ONG (asociații obștești), precum și a instituțiilor culturale din Republica Moldova, fie întreprinderi de stat, fie organizații private, a dreptului de a beneficia de sprijin și ajutor din partea oricărei entități și s-a acceptat acest lucru. Astfel, în cazul în care un exponent al mediului de afaceri din domeniul tutunului va efectua o contribuție în susținerea unui persoane fizice, a unui grup de persoane fizice sau a unei asociații obștești sau a unei instituții culturale în urma căruia nu se urmărește scopul publicitar, denumirea mărcii produsului din tutun nefiind adusă la cunoștința publicului ca urmare a unei astfel de contribuții, se propune ca să nu fie aplicate nici un fel de interdicții și sancțiuni, ținând cont de lipsa intervenției în domeniul reglementat al legii privind controlul tutunului.</p> <p>Art.1 p.2. al proiectului de lege propune</p>	<p>agentului economic, marca comercială a produsului din tutun, oricare alte referințe la mărcile produselor din tutun nu pot deveni vizibile sau altă informație despre relația acestuia cu evenimentul nu poate deveni accesibilă publicului. Totodată se cere completarea art.12 cu obligativitatea prezentării de către agenții economici din industria tutunului despre activitățile și costurile realizate pentru evenimentele de sponsorizare și filantropie.</p>	
--	--	--	--	--

		<p>modificarea art.22 al Legii cu privire la publicitate nr.1227-XIII din 27.06.1997, prin includerea unui text similar, și anume: „dacă în urma acestor acțiuni marca comercială a produsului din tutun poate deveni vizibilă sau informația despre relația cu evenimentul accesibilă publicului” Astfel, necesitatea acceptării propunerii înaintate este dictată și de exigențe Legii privind actele legislative nr.780-XV din 27.12.2001, în special art.4(3) – „La elaborarea, adoptarea și aplicarea actului legislativ se respectă principiile coerenței, consecvenței și echilibrului între reglementările concurente” și art.4(3) - La elaborarea, adoptarea și aplicarea actului legislativ se respectă principiile oportunității, coerenței, consecvenței... ; consecutivității, stabilității și predictibilității normelor juridice; ... accesibilității”,</p> <p>Al.(5), în varianta existentă, pare să fie aplicabil tuturor agenților economici care comercializează produse din tutun, chiar dacă acest produs nu se află prin produsele principale comercializate (de exemplu: orice supermarket). Astfel, nu este corect a include în această restricție toți agenții economici care au o tangență (cât de mică) cu comercializarea</p>		
--	--	--	--	--

		<p>produselor din tutun, drepturile acestora fiind constrânse prin proiectul de lege în mod arbitrar, nejustificat și disproporționat (a se vedea restricțiile prevăzute prin completarea legii cu Capitolul IV¹). Deci, în redacția existentă, această prevedere contravine art.4 și 5(2) lit.a) ale Legii privind actele legislative nr. 780-XV din 27.12.2001, nefiind respectate principiile oportunității, consecvenței, echilibrului între reglementările concurente și principiul consecutivității. De asemenea, nu este asigurată apărarea drepturilor, libertăților, intereselor legitime ale cetățenilor, egalitatea și echitatea socială. Însăși art.1 lit.d) al Convenției OMS oferă o altă definiție.</p>		
30	<p>Art.13⁹, alin.(9) din Proiectul de lege: (9) Se interzice oferirea gratuită sau la un preț mai mic decât cel stabilit a produselor din tutun.</p>	<p>Se propune expunerea art.13⁹, alin.(9) în următoarea redacție: (9) Se interzice oferirea gratuită a produselor din tutun. Legislația actuală și Proiectul de lege nu prevede indicatori de prețuri stabilite. La moment conform HG nr.1516 din 29.12.2007 există obligația stabilirii doar a prețurilor maxime la țigaretetele cu filtru (astfel în cazul țigaretetele fără filtru, situația devine și mai confuză, or aici nu există nici un fel de preț declarat sau de orientare). Un produs nu poate avea prețuri minime și prețuri maxime în</p>	Se acceptă	<p>Se acceptă poziția autorului</p>

		același timp – or ar apărea probleme inclusiv din perspectiva legislației de protecție a concurenței.		
31	Articolul 13¹⁰. Notificarea produselor din tutun și a produselor asociate (2) Notificarea se transmite în format electronic cu șase luni înainte de plasarea pe piață a produsului și este însoțită de:	Se propune expunerea art.13¹⁰, alin.(2) în următoarea redacție: (2) Notificarea se transmite în format electronic cu 30 zile înainte de plasarea pe piață a produsului și este însoțită de	Nu se acceptă termenul de notificare de 30 zile. Directiva 2014/40/UE Art.19 (1) prevede un termen de notificare, de 6 luni, înainte de data preconizată pentru introducerea pe piață. Ministerul Sănătății nu poate micșora acest termen mai mult de 90 de zile din cauza că notificarea în termen de 30 de zile va necesita surse suplimentare din buget pentru asigurarea respectării reglementărilor într-un termen atât de scurt.	Se acceptă poziția autorului
32	Articolul 13¹¹. Produsele care conțin nicotină (1) Următoarele produse care conțin nicotină, altele decât cele menționate în art. 11 și 12 din prezenta lege, inclusiv cele cu dispozitiv electronic de eliberare a nicotinei, pot fi plasate pe piață în următoarele condiții: a) produsele care conțin nicotină în cantitate mai mică de 2 mg pentru o unitate; b) produsele care	Acest articol se propune a fi expus în următoarea formă: Art. 13¹¹. Produsele care conțin nicotină, <i>diferite față de produsele din tutun.</i> (1) Următoarele produse care conțin nicotină, <i>diferite față de produsele din tutun</i> , altele decât cele menționate în art. 11 și 12 din prezenta lege, inclusiv cele cu dispozitiv electronic de eliberare a nicotinei, pot fi plasate pe piață în următoarele condiții: a) produsele care conțin nicotină în cantitate mai mică de 2 mg pentru o unitate;	Art.13 ¹¹ va deveni 13 ⁹ . Se accept înlocuirea sintagmei "dispozitiv electronic de eliberare a nicotinei" cu țigara/tigareta electronică, care este definită în lege (a se vedea propunerile la pct.3, Art.III).	Se acceptă poziția autorului

33	<p>Articolul 13¹². Comercializarea produselor din tutun și a produselor care conțin nicotină</p> <p>(1) Se interzice plasarea pe piața internă a produselor din tutun care nu se fumează, inclusiv a produselor din tutun de uz oral, tutunului de mestecat și a tutunului nazal și a produselor din ierburi pentru fumat.</p>	<p>Se propune exceptarea produselor din ierburi (sau plante) pentru fumat din cadrul art. 13¹², par. (1).</p> <p>Se propune reglementarea produselor din ierburi pentru fumat în conformitate cu art. 13⁴ al proiectului de lege.</p> <p>Menționăm că Legea 278 din 14.12.2007 deja interzice articolele din tutun care nu se fumează, <i>art. 14, par. (1)</i>.</p> <p>Astfel, nu se înțelege scopul par. (1) al proiectului de lege care prevede interzicerea plasării pe piață a produselor din ierburi pentru fumat (destinate de a fi utilizate în narghilele).</p> <p>Această interdicție ar putea determina o contracție semnificativă a pieței legale, o reorientare a consumului către produse similare venite pe canale ilicite (fie din Transnistria, fie din țările vecine sau din regiune, România, Ucraina, Federația Rusă) și va determina de asemenea diminuarea corespunzătoare a veniturilor bugetare</p>	<p>Art.13¹² va deveni 13¹⁰.</p> <p>Se acceptă.</p> <p>La Art.13¹⁰ din alin.(1) se exclude sintagma “și a produselor din ierburi pentru fumat”.</p>	<p>Se acceptă</p>
34	<p>Articolul 13¹². Comercializarea produselor din tutun și a produselor care conțin nicotină</p> <p>(2) Importul și plasarea pe piață a produselor din tutun și a produselor care</p>	<p>Se propune excluderea alin. 2 din acest articol și renumerotarea celorlalte</p> <p>Alin. (3) se referă la faptul că Guvernul va stabili regulile de plasare pe piață a</p>	<p>Art.13¹² va deveni 13¹⁰.</p> <p>Se acceptă</p>	<p>Se acceptă</p>

	<p>conțin nicotină se efectuează numai după aplicarea de către producător a timbrului de acciz direct pe ambalajul cu produse din tutun. În cazul în care produsul din tutun sau produsul care conține nicotină este produs cu folie de protecție, timbrul de acciz se aplică sub folie. Timbrul de acciz se lipește astfel încât să se deterioreze la deschiderea pachetului unitar cu produse din tutun sau produse care conțin nicotină.</p> <p>(3) Regulile de plasare pe piață a produselor din tutun și produselor care conțin nicotină se stabilesc de Guvern.</p>	<p>produselor care conțin nicotină. În acest sens, par. (2) este în plus. Pentru a evita interpretări eronate par. (2) se exclude.</p>		
35	<p>Articolul 13¹³. Prevenirea accesului minorilor la produsele din tutun și produsele care conțin nicotină</p> <p>(1) Se interzice comercializarea produselor din tutun și a produselor care conțin nicotină:</p> <p>a) persoanelor și de către persoanele sub vârsta de 18 ani;</p>	<p>Se propune excluderea par. (1) lit. e) din art. 13¹³</p> <p>În cadrul acestui paragraf identificăm un conflict al normelor de drept și anume „se interzice comercializarea produselor din tutun și a produselor care conțin nicotină care nu au timbru de acciz”. Țigara electronică are nicotină, însă nu există obligația de a pune acciz</p>	<p>Art.13¹³ va deveni 13¹¹.</p> <p>Se acceptă.</p> <p>La Art.13¹¹ alin.(1) se exclude lit.e) “e) care nu au timbre de acciz;”</p>	<p>Se acceptă</p>

	<p>b) prin rețeaua de comerț ambulant, la tarabe sau teșghele improvizate, prin automate comerciale;</p> <p>c) prin Internet;</p> <p>d) fără documente justificative, eliberate de producători sau importatori, care să demonstreze proveniența și să asigure trasabilitatea produselor din tutun și a produselor care conțin nicotină;</p> <p>e) care nu au timbre de acciz;</p>			
36	<p>Articolul 13¹³. Prevenirea accesului minorilor la produsele din tutun și produsele care conțin nicotină</p> <p>(5) Se interzice expunerea vizibilă a produselor din tutun și a produselor care conțin nicotină în spațiile comerciale accesibile publicului. Lista produselor din tutun și a produselor care conțin nicotină disponibile pentru comercializare și prețurile acestora, imprimată pe hârtie albă cu caractere negre, se</p>	<p>Se propune excluderea alin. (5), art. 13¹³ din proiectul de lege. Interzicerea expunerii vizibile a produselor din tutun este o măsură disproporționată și excesivă. Nu există nici o dovadă plauzibilă pentru a justifica interdicția privind expunerea produselor din tutun. Acest fapt ar putea avea efecte grave asupra concurenței, asupra consumatorilor, comercianților cu amănuntul și ar stimula comerțul ilicit.</p> <p>Această prevedere contravine expres legislației comerțului cu amănuntul și protecției consumatorului. Este important de menționat că tutunul și produsele din tutun sunt produse legale în Republica Moldova și în orice</p>	<p>Art.13¹³ va deveni 13¹¹.</p> <p>Nu se acceptă.</p> <p>Amplasarea vizibilă și atractivă a produselor din tutun în punctele de vânzare contribuie la încurajarea tinerilor să devină fumători, crește nivelul de acceptabilitate socială față de produsele de tutungerie, stimulează cumpărarea impulsivă a produselor din tutun și îngreunează efortul de renunțare la fumat. Deseori produsele din tutun sunt amplasate alături de bomboane și alte mărfuri pentru copii la nivelul</p>	<p>Se acceptă poziția autorului</p>

<p>prezintă de către vânzător la solicitarea cumpărătorilor adulți.</p>	<p>altă țară din lume. Această prevedere încalcă cerințele pct. 16-17 a HG nr. 931 „cu privire la desfășurarea comerțului cu amănuntul”. Vânzătorul este obligat să respecte drepturile cumpărătorilor privind accesul la informația despre mărfuri, în conformitate cu prevederile Legii nr. 105-XV din 13 martie 2003 privind protecția consumatorilor (Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2003, nr. 126-131, art. 507).</p> <p>Nici o prevedere a Convenției Cadru privind Controlul Tutunului nu necesită o interdicție a expunerii vizibile a produselor din tutun. Introducerea acesteia ar încălca drepturile fundamentale ale producătorilor de țigarete, încălcându-se atât legislația națională, cât și cea internațională (Republica Moldova este membră a Organizației Mondiale a Comerțului), precum și tratatele bilaterale de investiții. Nici Uniunea Europeană, prin Proiectul de Directivă privind controlul produselor din tutun și nici țările din CSI nu au adoptat asemenea prevederi, considerându-le a fi excesive și discriminative.</p> <p>De asemenea, trebuie de menționat și faptul că Întreprinderile Mici și Mijlocii vor avea de pierdut cel mai mult în urma unor asemenea măsuri și se va simți o creștere a costurilor operaționale. Aceasta ar însemna</p>	<p>ochilor copiilor, creând iluzia că articolele din tutun sunt produse inofensive, de consum cotidian.</p> <p>De asemenea expunerea vizibilă a produselor din tutun nu este o măsură disproporționată și excesivă. Potrivit legislației internaționale, precum Comisia Interamericană pentru Drepturile Omului și a unei serii de alte instituții naționale, interesele private și individuale se subordonează intereselor sociale mai ample, inclusiv celor ce țin de protejarea sănătății publice. La nivel mondial instanțele naționale de drept s-au pronunțat în favoarea sănătății publice și contra intereselor ucigăse ale producătorilor de tutun în ceea ce privește publicitatea, promovarea și sponsorizarea tutunului. În Franța, Consiliul Constituțional a declarat că interdicția la publicitatea tutunului în Franța este una constituțională deoarece are la bază principiul ocrotirii sănătății cetățenilor și nu încalcă prevederile privind comerțul liber. În Marea Britanie prin hotărârii de judecată s-a decis că promovarea produselor legale nu oferă automat</p>	
---	--	---	--

		<p>pentru Republica Moldova pierderi considerabile dat fiind faptul că există peste 1000 de chioșcuri tabaconiste (din totalul de circa 10,000 de puncte de vânzare unde se vând produse din tutun), fapt ce ar afecta și locurile de muncă. Aproximativ 3000 persoane ar putea rămâne fără lucru în primă fază.</p> <p>O interdicție de afișare a produselor din tutun ar putea avea un impact asupra comerțului ilicit cu produsele din tutun – contrabanda și produsele din tutun contrafăcute se vor distribui și vinde mult mai ușor.</p>	<p>antreprenorului drepturi nelimitate. Din contra, beneficierea de aceste drepturi este dirijată de anumite formalități, condiții, restricții și penalități care pot fi prevăzute de lege și sunt absolut necesare pentru a proteja sănătatea publică și drepturile cetățenilor</p> <p>http://www.legislation.gov.uk/ukpga/1998/42/contents</p> <p>În același timp interzicerea afișării produselor din tutun în vitrinele punctelor de vânzare nu va duce la comercializarea ilicită a acestora și nu va determina consumatorii să procure produse ieftine, de contrabandă. Odată ce produsele din tutun nu vor mai fi afișate în vitrine, se va reduce numărul de cumpărături impulsive, expunerea tinerilor la stimuli de fumat și prin urmare a nivelului de consum al tutunului</p> <p>http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3046636/</p> <p>În acest mod va fi diminuată cererea pentru orice articole din tutun, indiferent dacă sunt legale sau ilicite. Interzicerea expunerii produselor din tutun în vitrinele unităților de comercializare nu influențează capacitatea organelor de drept să identifice comercianții ilegali sau să stabilească identitatea companiilor care desfășoară activitate de contrabandă!. De obicei în locurile de comerț ilicit, producătorii intenționați fac publicitate țigărilor și mărcilor ieftine fără să țină cont de prevederile legislației.</p> <p>Expunerea vizibilă a produselor din tutun în spațiile comerciale asociază fumatul cu aspecte pozitive ce țin de viața socială și personală și astfel diminuează gravitatea riscurilor pe care tutunul îl prezintă pentru consumatori, în special pentru adolescenți.</p> <p>Studiile efectuate în SUA au demonstrat că</p>	
--	--	--	--	--

			<p>obligativitatea de a amplasa articolele de tutun în afara câmpului de vedere, reduce expunerea adolescenților la reclama pentru tutun cu 83%</p> <p>http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/15333890</p> <p>În urma mai multor studii s-a constatat că există o legătură semnificativă între expunerea vizibilă și atractivă a ambalajelor articolelor de tutun în locurile de comercializare și popularizarea și inițierea fumatului în rândul tinerilor</p> <p>http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/21908461</p> <p>În Anglia a fost realizat un studiu care relevă faptul că amplasarea vizibilă și atractivă pe teritoriul unităților de comercializare a articolelor din tutun și a imaginilor mărcilor producătorilor de tutun, în special în magazinele mici, crește probabilitatea inițierii fumatului</p> <p>http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/23449398</p> <p>Un alt studiu efectuat în Norvegia a dezvăluit că respondenții tineri, mai des decât cei mai în vârstă, au afirmat că expunerea în vitrine a produselor din tutun a fost factorul care i-a determinat să cumpere țigări</p> <p>http://tobaccocontrol.bmj.com/content/early/2012/06/06/tobaccocontrol-2011-050341.abstract</p> <p>În urma unui studiu inițiat în Noua Zeelandă, s-a constatat că expunerea vizibilă și atractivă a produselor din tutun în punctele de vânzare cresc probabilitatea de a experimenta și de a continua fumatul</p>	
--	--	--	--	--

			<p>http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/19633143</p> <p>Conform rezultatelor unui studiu realizat în patru țări s-a constatat că în Canada și Australia unde expunerea articolelor din tutun este interzisă, nivelul de cumpărare impulsivă a produselor din tutun este mai mic decât în SUA și Marea Britanie unde la momentul desfășurării studiului nu existau interdicții cu privire la afișarea produselor din tutun</p>	
			<p>http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/23640986</p> <p>Un studiu efectuat în 10 provincii din Canada a demonstrat că majoritatea fumătorilor (de la 55% la 83%) susțin înlăturarea produselor din tutun din vitrine iar numărul de susținători este și mai mare în cazul persoanelor care încearcă să renunțe la fumat</p>	
			<p>http://www.davidhammond.ca/Old%20Website/Publication%20new/2011%20ITC%20POS%20Perceptions%20(Brown%20et%20al).pdf</p> <p>De asemenea, nu sunt fondate obiecțiile precum că întreprinderile Mici și Mijlocii vor avea de pierdut cel mai mult în urma unor asemenea măsuri și se va simți o creștere a costurilor operaționale și, afecta locurile de muncă. Studiile demonstrează că interzicerea expunerii vizibile a produselor din tutun în spațiile comerciale nu aduce prejudicii financiare unităților de vânzare cu amănuntul și chiar are un impact pozitiv. Rezultatele analizei volumului de vânzări ale produselor de tutungerie înainte și după introducerea interdicției la expunerea produselor din tutun în unitățile de vânzare cu amănuntul din Irlanda nu au relevat un impact semnificativ asupra veniturilor magazinelor după un an de la</p>	

			<p>intrarea în vigoare a interdicției</p> <p>http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/2108805 9</p> <p>Un alt sondaj de opinie al vânzătorilor cu amănuntul de produse de tutungerie din Noua Zeelandă, relevă că înlăturarea articolelor din tutun din vitrinele și de pe rafturile magazinelor a redus numărul de furturi, nu a necesitat cheltuieli și resurse suplimentare și nu a influențat semnificativ nivelul de venituri</p> <p>http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/2184967 1</p>	
37	<p>Articolul 13¹³. Prevenirea accesului minorilor la produsele din tutun și produsele care conțin nicotină</p> <p>(6) Unitățile cu suprafața spațiilor comerciale mai mică de 20 m² ce comercializează produse din tutun trebuie să fie amplasate la o distanță de cel puțin 200 m una de la alta și la 50 m de la instituțiile de învățământ și instituțiile medico-sanitare.</p> <p>(7) Se interzice comercializarea produselor din tutun și a produselor care conțin nicotină în unitățile de comerț între orele 22.00 – 8.00.</p>	<p>Se propune expunerea art.13¹³, alin.(6) în următoarea redacție:</p> <p>(6) Unitățile cu suprafața spațiilor comerciale mai mică de 20 m² ce comercializează produse din tutun trebuie să fie amplasate la o distanță de cel puțin 50 m de la instituțiile de învățământ și instituțiile medico-sanitare. Considerăm că prevederea respectivă ar putea genera careva abuzuri și încălcarea drepturilor întreprinderilor comerciale, întrucât va urma a se decide modificarea amplasării unor unități comerciale care deja dețin autorizație/licență pentru comercializarea produselor din tutun, astfel încât acestea să fie amplasate la o distanță de cel puțin 200 m una de alta (adică cine va decide care din spațiile comerciale vor trebui să fie re-amplasate și care vor rămâne – în situația când sunt 2 unități alături). De asemenea, menționăm că dreptul de a desfășura</p>	Se acceptă	Se acceptă

V. Z. — — —