

Lege privind reglementarea marketingului înlocuitorilor laptelui matern și promovarea alăptării

Parlamentul României adoptă prezenta lege.

CAPITOLUL I

Dispoziții generale

ART. 1

(1) Prezenta lege reglementează cadrul legal privind marketingul înlocuitorilor laptelui matern și promovarea alăptării, precum și practicile aferente acestora, inclusiv furnizarea de informații consistente, obiective și accesibile, într-o formă adecvată publicului.

(2) Prezenta lege se aplică pentru următoarele produse, denumite în continuare produse vizate:

- a) înlocuitorii laptelui matern, destinați alimentației sugarilor;
- b) orice aliment lichid, semisolid sau solid destinat nutriției sugarilor în primele 6 luni de viață sau fortifianți ai laptelui matern;
- c) biberoane, tetine.

ART. 2

Prezenta lege are la bază principiile Codului internațional de marketing al substituenților laptelui matern, adoptat la a 34-a ediție a Adunării Mondiale a Sănătății prin Rezoluția nr. 34.22 din 21 mai 1981.

ART. 3

În înțelesul prezentei legi, termenii și expresiile de mai jos au următoarele semnificații:

- a) alăptare - hrănirea copilului cu lapte matern;
- b) aliment complementar - orice aliment produs industrial, în conformitate cu legislația națională și europeană în vigoare, care poate fi utilizat ca o completare, pe lângă laptele matern sau preparatele pentru sugari, în momentul în care acestea nu mai satisfac suficient cerințele nutriționale ale sugarului;
- c) introducerea pe piață - deținerea produselor alimentare în scopul vânzării, inclusiv oferirea pentru vânzare sau orice altă formă de transfer, indiferent dacă este gratuită sau nu, și însăși vânzarea, distribuția și alte forme de transfer
- d) înlocuitor al laptelui matern - orice aliment fabricat industrial, în conformitate cu legislația națională sau europeană în vigoare, ori preparat în afara mediului industrial și care este comercializat sau prezentat în orice mod, ca fiind un înlocuitor parțial sau total al laptelui matern;
- e) marketing - promovarea, distribuirea, vânzarea, reclama, publicitatea, serviciile de informare și relațiile cu publicul legate de unul sau mai multe dintre produsele vizate;
- f) membru de familie - soț, rudă până la gradul al II-lea sau rudă a soțului până la gradul al II-lea;
- g) mostră - un produs unic sau o cantitate mică dintr-un produs vizat oferită gratuit;
- h) operator din sectorul alimentar- persoană fizică sau juridică, care răspunde de îndeplinirea cerințelor legislației alimentare, în cadrul întreprinderii cu profil alimentar aflată sub controlul ei;
- i) personal de marketing - orice persoană ale cărei atribuții sau obligații contractuale implică marketingul unuia sau a mai multor produse vizate;
- j) personal din sistemul de sănătate - orice persoană, indiferent dacă este specializată sau nu, care lucrează în sistemul de sănătate, inclusiv persoanele care desfășoară activități de voluntariat sau alte tipuri de activități neremunerate în cadrul acestuia;
- k) plasare de produse vizate - orice formă de comunicare comercială referitoare la produse vizate inserată în cadrul unui program audiovizual în schimbul unei plăți sau a unei contraprestații;
- l) promovare - comunicare sau recomandare, realizate pe orice cale, activitatea comercială sau orice altă acțiune, inclusiv reclamă, care are drept scop, rezultat sau rezultat potențial determinarea sau încurajarea publicului sau a unei persoane fizice să cumpere ori să folosească un produs vizat sau creșterea cererii ori a consumului unui produs vizat;
- m) reclamă - publicitatea produselor vizate realizată pe diverse căi cum ar fi presă sau alte publicații scrise, televiziune, radiodifuziune, servicii ale societății informaționale, internet, transmisie electronică, mijloace video, audio sau de telefonie, expoziții, standuri, prezentări verbale, corespondență, imagini, afișe, postere, panouri, pliante, orice fel de structuri de afișaj, bilete de călătorie pentru transportul public;

n) sistemul de sănătate - totalitatea instituțiilor publice, organizațiilor și agenților economici publici sau privați, care se implică, direct sau indirect, în ocrotirea sănătății gravidelor, mamelor și sugarilor. Sunt excluse din sistemul de sănătate, în sensul prezentei definiții, farmaciile, drogheriile și alte unități similare în care produsele vizate sunt de vânzare;

o) sugar- copilul cu vârstă mai mică de 12 luni;

p) vânzare la distanță a produselor vizate- formă de vânzare cu amănuntul care se desfășoară fără prezența fizică simultană a consumatorului și a comerciantului, în urma unei oferte efectuate de acesta din urmă, care, în scopul realizării vânzării, utilizează exclusiv mijloace de comunicare la distanță.

CAPITOLUL II

Informare și educare

ART. 4

Ministerul Sănătății are responsabilitatea informării populației în ceea ce privește nutriția sugarilor. Informarea se realizează prin intermediul instituțiilor aflate în subordinea și în coordonarea sa.

ART. 5

Orice fel de acțiuni de informare, educare, comunicare, inclusiv campanii de informare, educare, comunicare sau simpla tipărire și distribuire de materialele de informare, educare, comunicare, referitoare la nutriția sugarilor, pot fi organizate și desfășurate numai cu avizul Ministerului Sănătății. Avizul trebuie solicitat de către inițiatorul acțiunii de informare, educare, comunicare, cu cel puțin 2 luni de zile înaintea datei de începere a acesteia. Data de începere și de finalizare se va comunica Ministerului Sănătății prin cererea de avizare.

CAPITOLUL III

Măsuri privind publicul

ART. 6

Plasarea, reclama și orice altă formă de promovare a produselor vizate către public sunt interzise.

ART. 7

(1) Este interzis operatorilor din sectorul alimentar să realizeze activități de reclamă a produselor vizate la punctele sau structurile de vânzare, precum și orice acțiuni de promovare a produselor vizate la nivelul comerțului cu amănuntul sau alte activități cu privire la oferte speciale, cupoane de reducere, loterii publicitare, vânzări speciale, vânzări cuplate, premii, cadouri, pachete promoționale, etalări speciale la vânzare, distribuire de mostre sau orice alte practici asemănătoare.

(2) Este interzisă realizarea de activități de reclamă și orice alte acțiuni de promovare a produselor vizate atât de către vânzători direcți, cât și cu ocazia vânzării la distanță a produselor.

(3) Dispozițiile alin. (1) și alin. (2) nu restricționează politicile și practicile de stabilire a prețurilor, care au ca scop vânzări cu preț redus ale produselor vizate.

(4) Prin derogare de la prevederile Ordonanței Guvernului nr. 99/2000 privind comercializarea produselor și serviciilor de piață, republicată, cu modificările și completările ulterioare, este interzis ca vânzările de soldare ori de lichidare să fie precedate sau însoțite de publicitate.

(5) Este interzisă folosirea de către operatorii din sectorul alimentar a reducerilor de preț precum și oricăror altor politici ori practici comerciale sau de stabilire a prețurilor ca mecanisme ori obiect al reclamei, publicității sau promovării produselor vizate.

ART. 8

Este interzisă oferirea, distribuirea sau furnizarea de mostre a produselor vizate ori oferirea de cadouri de către operatorii din sistemul alimentar, direct sau indirect, către public în scopul promovării produselor respective.

ART. 9

Personalului de marketing, în exercițiul atribuțiilor ori a obligațiilor asumate, îi este interzis să contacteze, direct sau indirect, gravidele, mamele de sugari, membrii ai familiilor acestora ori personalul din sistemul de sănătate.

CAPITOLUL IV

Măsuri în cadrul sistemului de sănătate

ART. 10

Sistemul de sănătate are obligația de a adopta măsurile necesare pentru a încuraja, proteja și promova alăptarea precum și de a informa personalul din sistemul de sănătate cu privire la responsabilitățile ce îi revin în contextul aplicării prezentei legi.

ART. 11

Este interzisă folosirea sistemului de sănătate, cu ocazia unor întruniri sau manifestări științifice medicale, sau a vreunei locații a vreunui spațiu oferite de aceasta în scopul expunerii de produse vizate, reclame sau pentru realizarea oricărui tip de promovare a produselor vizate cu excepția transmiterii de informații în conformitate cu prevederile art. 16 alin. (1).

ART. 12

(1) Personalul din cadrul sistemului de sănătate are obligația de a instrui mamele sau persoanele în grija cărora se află sugari, în privința alăptării precum și a utilizării produselor vizate.

(2) Instruirile se fac separat pentru fiecare caz în parte iar în cazul în care alăptarea nu este posibilă se explică clar riscurile datorate modului incorect de preparare sau de utilizare a produselor vizate.

ART. 13

(1) În cadrul sistemului de sănătate este interzisă comercializarea produselor vizate .

(2) În cadrul sistemului de sănătate, operatorilor din sectorul alimentar le este interzis să ofere ori să pună la dispoziția personalului din sistemul de sănătate, gravidelor, mamelor de sugari ori membrilor familiilor acestora, indiferent cu ce titlu și în ce mod, produsele vizate.

ART. 14

(1) Vânzările cu preț redus, donațiile, sponsorizările, precum și orice transmiteri cu titlu oneros ori cu titlu gratuit de produse vizate, din partea operatorilor din sectorul alimentar, către sistemul de sănătate sau către instituțiile sociale de protecție a copilului, direct sau indirect, se fac numai în limita necesarului și exclusiv pentru copiii care nu pot beneficia de lapte matern care sunt în evidența și în grija acestora.

(2) Instituția sau organizația solicitantă trebuie să ia măsurile necesare pentru a se asigura că produsele vizate, dobândite potrivit prevederilor alin.(1), pot fi furnizate în cantitățile contractate pe toată perioada în care copiii în cauză vor avea nevoie de ele.

(3) Instituția sau organizația solicitantă are obligația de a deține documente privind situația produselor vizate obținute cu orice titlu și în orice mod, precum și documentele justificative privind necesitatea dobândirii acestor produse.

(4) Produsele vizate, dobândite potrivit prevederilor alin. (1), pot fi utilizate numai în cadrul instituțiilor respective, nu pot fi comercializate și nu pot fi distribuite, donate sau transmise cu titlu gratuit.

(5) Vânzările, donațiile, sponsorizările sau transmiterile cu titlu oneros ori cu titlu gratuit, prevăzute la alin. (1), nu sunt folosite de operatori din sectorul alimentar ca mecanism de reclamă ori de promovare a produselor vizate.

ART. 15

(1) Mostrele de produse vizate pot fi furnizate entităților din cadrul sistemului de sănătate numai la cererea acestora și doar în limita necesarului pentru studii, cercetări sau evaluări profesionale la nivel instituțional.

(2) Instituția sau organizația solicitantă are obligația de a deține documentele justificative cu privire la necesitate mostrelor respective și a modului de estimare a cantității necesare.

(3) În situația introducerii pe piață a unui nou tip de produs vizat, personalul din sistemul de sănătate poate solicita 1-2 mostre pentru evaluare profesională.

CAPITOLUL V

Măsuri vizând personalul din sistemul de sănătate

ART. 16

(1) Informațiile referitoare la unul sau mai multe dintre produsele vizate, furnizate personalului din sistemul de sănătate și farmaciștilor de către operatori din sectorul alimentar, pot fi doar de natură științifică sau

practică, pentru fiecare produs în parte, și trebuie să fie clare, amănunțite și corecte, demonstrate și argumentate.

(2) Este interzisă promovarea și distribuirea produselor vizate cu prilejul furnizării informațiilor prevăzute la alin.(1).

ART. 17

(1) Operatorilor din sectorul alimentar le este interzis să promită, să ofere ori să acorde, direct sau indirect, bani ori alte foloase, pentru sine sau pentru altul, personalului din sistemul de sănătate pentru a promova sau a face reclamă produselor vizate.

(2) Personalului din sistemul de sănătate îi este interzis să pretindă sau să primească bani ori alte foloase, pentru sine sau pentru altul, din partea operatorilor din sectorul alimentar, direct sau indirect, pentru a promova sau a face reclamă produselor vizate.

ART. 18

Este interzisă transmiterea cu titlu gratuit, oferirea sau furnizarea de mostre a produselor vizate ori cadouri care să promoveze produsele vizate sau să facă reclamă la acestea către gravide, mame de sugari, membrii familiilor acestora ori către populație de către personalul din sistemul de sănătate, direct sau indirect, sau de către operatorii din sectorul alimentar de produse vizate prin intermediul sistemului de sănătate.

ART. 19

În cazul în care personalul din sistemul de sănătate primește, de la operatori din sectorul alimentar de produse vizate, sponsorizări pentru burse de studiu sau de cercetare în vederea participării la conferințe profesionale sau pentru orice alte activități similare ori alte facilități asemănătoare este obligat să aducă la cunoștință, în scris, angajatorului că beneficiază de una dintre facilitățile menționate, iar angajatorul publică pe site-ul propriu aceste informații și le menține afișate timp de 3 ani.

CAPITOLUL VI

Măsuri vizând personalul de marketing

ART. 20

Personalului de marketing îi este interzisă desfășurarea oricărei activități remunerate în cadrul sistemului de sănătate.

CAPITOLUL VIII

Implementare și monitorizare

ART. 21

Ministerul Sănătății asigură elaborarea, reglementarea și implementarea strategiilor și politicilor în domeniul nutriției sugarilor precum și a politicilor de protecție și de promovare a alăptării.

ART. 22

Autoritățile competente pentru aplicarea prezentei legi sunt Ministerul Sănătății și Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor.

CAPITOLUL IX

Răspundere, contravenții și sancțiuni

ART. 23

Încălcarea dispozițiilor prezentei legi atrage, după caz, răspunderea penală, contravențională, disciplinară sau civilă.

ART. 24

(1) Nerespectarea prevederilor art. 6 – 8, art. 15 - 17, art. 19 și art. 20 constituie contravenție și se sancționează după cum urmează:

a) cu amendă de la 500 lei la 1.000 lei în cazul faptelor săvârșite de către persoanele fizice;

b) cu amendă de la 5.000 lei la 100.000 lei în cazul faptelor săvârșite de persoane juridice.

(2) Constatarea contravențiilor și aplicarea sancțiunilor prevăzute la alin. (1) se fac după cum urmează:

a) pentru încălcarea prevederilor art. 15- 17, art. 19, art. 20 de către personalul împuternicit al Ministerului Sănătății;

b) pentru încălcarea prevederilor art. 6 - 8, de către personalul împuternicit al Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor.

ART. 25

Contravențiilor prevăzute la art. 24 le sunt aplicabile în mod corespunzător prevederile Ordonanței Guvernului nr. 2/2001 privind regimul juridic al contravențiilor, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 180/2002, cu modificările și completările ulterioare.

CAPITOLUL X

Dispoziții finale

ART. 26

(1) Prezenta lege intră în vigoare la data de 11 mai 2020;

(2) La data intrării în vigoare a prezentei legi se abrogă Legea nr. 207/ 2016 privind reglementarea marketingului înlocuitorilor de lapte matern, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 910/11.11.2016, cu modificările și completările ulterioare .

*

Prezenta lege a fost adoptată cu respectarea prevederilor Directivei (UE) 2015/1.535 a Parlamentului European și a Consiliului din 9 septembrie 2015 referitoare la procedura de furnizare de informații în domeniul reglementărilor tehnice și al normelor privind serviciile societății informaționale.

Această lege a fost adoptată de Parlamentul României în condițiile art. 77 alin. (2), cu respectarea prevederilor art. 75 și ale art. 76 alin. (2) din Constituția României, republicată.

PREȘEDINTELE CAMEREI DEPUTAȚILOR
ION-MARCEL CIOLACU

PREȘEDINTELE SENATULUI
CĂLIN-CONSTANTIN-ANTON POPESCU-TĂRICEANU

București, ____ / ____ /2019

Nr. ____