

DEPARTAMENTUL PENTRU STUDII PARLAMENTARE ȘI POLITICI U.E.
DIRECȚIA STUDII ȘI DOCUMENTARE LEGISLATIVĂ

**REGLEMENTĂRI LEGISLATIVE EUROPENE ȘI ALE STATELOR MEMBRE
CU PRIVIRE LA FUMAT**

FEBRUARIE 2014

Documentare și sinteză:

ANY – MARY JULA – ȘEF BIROU

Lucrările elaborate în cadrul Direcției studii și documentare legislativă sunt cu caracter documentar și nu reprezintă punctul de vedere al Camerei Deputaților.

**Lucrarea poate fi accesată direct pe Intranet la pagina Direcției studii și documentare legislativă.*

CUPRINS

REGLEMENTĂRI EUROPENE CU PRIVIRE LA FUMAT	4
BELGIA.....	6
FRANȚA.....	8
IRLANDA.....	9
ITALIA.....	9
MAREA BRITANIE.....	10
PORTUGALIA.....	11
SPANIA.....	11
SUEDIA.....	11

REGLEMENTĂRI EUROPENE CU PRIVIRE LA FUMAT

La nivelul Uniunii Europene, consumul de tutun reprezintă cel mai important risc pentru sănătate¹ care poate fi evitat. În fiecare an, acesta provoacă moartea prematură a aproape 700 000 de persoane. Potrivit statisticilor, circa 50% dintre fumători mor prematur (în medie, cu 14 ani mai devreme).

În plus, fumătorii își petrec mai mulți ani din viață suferind de probleme de sănătate. Consumul de tutun a fost asociat cu numeroase forme de cancer și boli cardiovasculare și respiratorii, cauzând mai multe probleme decât alcoolul, drogurile, hipertensiunea, excesul de greutate sau colesterolul mărit.

În ciuda progreselor semnificative, numărul fumătorilor din Uniune rămâne ridicat (28% din totalul populației și 29% din numărul tinerilor cu vârsta între 15 și 24 de ani).

Priorități pentru politica în domeniu

Tutunul creează o dependență puternică, iar 94% dintre fumători își dezvoltă acest obicei înainte de a împlini vârsta de 25 de ani. De aceea, politicile ar trebui să vizeze în primul rând prevenirea fumatului în rândul tinerilor.

Printre priorități se numără, de asemenea, sprijinirea persoanelor care vor să renunțe la fumat și măsurile de protecție contra fumatului pasiv. Obiectivele politice sunt transpuse în realitate prin măsuri legislative și campanii de informare.

Comisia Europeană a lansat, la data de 16 iunie 2011, o nouă campanie intitulată „[Ex-fumătorii sunt de neoprit](#)”². Scopul campaniei este să îi încurajeze pe fumătorii cu vârste cuprinse între 25 și 34 de ani să renunțe la acest obicei. Campania deplasează atenția de la pericolele asociate fumatului la avantajele renunțării la fumat, utilizând foști fumători și realizările lor ca modele de inspirație. Fumătorii care doresc să se lase de fumat pot apela și la [iCoach](#)³, un instrument inovator special creat pentru a-i ajuta.

Campania anterioară, „[HELP – Pentru o viață fără tutun](#)”, derulată între 2005 și 2010, a fost centrată pe prevenirea fumatului, renunțarea la fumat și fumatul pasiv și s-a adresat tinerilor cu vârste între 15 și 25 de ani.

În Europa, procentul de fumători este de 29% din totalul populației, iar fumatul rămâne, în continuare, principalul motiv aflat la baza cazurilor de deces și îmbolnăvire care ar fi putut fi prevenite. În ultimele 12 luni, 31% din populația de fumători a U.E. a încercat să se lase de fumat.

Campania europeană „[Ex-fumătorii sunt de neoprit](#)” (2011-2013) își propune să îi încurajeze pe europeni să renunțe la fumat.

Campania deplasează atenția de la pericolele asociate fumatului la avantajele renunțării la fumat și oferă sfaturi practice, punând accent pe realizările foștilor fumători.

Publicul țintă este format din fumători cu vârste cuprinse între 25 și 34 de ani (28 de milioane de europeni)

Obiective:

¹ http://ec.europa.eu/health/tobacco/introduction/index_en.htm

² <http://www.exsmokers.eu/uk-en/index.html>

³ <http://www.exsmokers.eu/uk-en/index.html>

- Să îi încurajeze pe cetățeni să se lase de fumat și să furnizeze asistența necesară în acest scop;
- Să crească gradul de conștientizare a pericolelor asociate fumatului;
- Să contribuie la îndeplinirea obiectivului propus de Comisie sub denumirea de „Europa fără fum de țigară”.

Asistență on-line

În centrul campaniei „Ex-fumătorii sunt de neoprit” se află [iCoach](#), platformă digitală de instruire menită să îi ajute pe fumători să se lase de fumat în ritmul care li se potrivește, fie imediat, fie în viitorul apropiat.

La iCoach au acces fumătorii din toate țările UE. Asistența le este oferită în limba maternă, prin intermediul Facebook. iCoach analizează obiceiurile asociate fumatului și oferă, zilnic, asistență adaptată.

Campania mai include și evenimente organizate la nivel național, destinate atât publicului larg, cât și reprezentanților presei.

Noile reglementări la nivelul Uniunii Europene

Parlamentul European a votat la data de 8 octombrie 2013, un proiect de lege privind fumatul.

Decizia Parlamentului European nu este definitivă și urmează să intre în cea mai importantă etapă – acordul Consiliului European, ceea ce înseamnă că vor urma negocieri între cele două organisme pentru o versiune finală a proiectului. După adoptarea variantei finale- **COM (2012) 788 final**⁴, țările membre au la dispoziție 18 luni pentru a adapta directiva la legislația națională, ceea ce permite modificări suplimentare.

Noua Directivă europeană prevede interdicția de introducere pe piață a țigaretelor (slim) și a țigărilor facute manual. De asemenea se vor interzice țigările cu arome. Această interdicție se va aplica la patru ani după intrarea în vigoare a directivei, ce urmează a fi transpusă de către statele membre. Statele membre va trebui să interzică și introducerea pe piață a unor produse din tutun care conțin aditivi într-un mod semnificativ sau măsurabil al efectului toxic sau de dependență.

Țigările electronice care conțin nicotină peste un anumit nivel trebuie să fie autorizate ca produse farmaceutice și numai dacă se demonstrează că au beneficii asupra sănătății.

Avertismentele combinate (ilustrație plus text) cu privire la sănătate trebuie să acopere o suprafață de 75% pe ambele fețe.

Nu vor fi permise elemente de promovare pe pachete.

Se va crea un sistem de urmărire și control al produselor pe baza de tutun către care vor raporta toate statele membre.

⁴ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2012:0788:FIN:RO:PDF>

Poziția României⁵

Reacțiile României sunt împărțite, pe de o parte Ministerul Sănătății, susține inițiativa și o consideră benefică pentru populație, pe de altă parte, Guvernul României se opune unui asemenea proiect întrucât ar putea cauza pierderi la bugetul de stat în valoare de peste 1,5 miliarde lei.

În data de 27 februarie 2013, Comisia pentru afaceri europene din Camere deputaților a hotărât să emită un aviz motivat în sensul că propunerea de directivă nu este conformă cu principiul subsidiarității.

În data de 18 iunie 2013 Comisia Europeană a transmis observațiile sale cu privire la Avizul motivat privind nerespectarea subsidiarității.

BELGIA⁶

Prin Decretul Regal din 15 mai 1990 și 2 ianuarie 1991, este interzis fumatul în locuri accesibile publicului, fiind instituții sau clădiri în care:

- se prestează servicii pentru public cu plată sau nu, inclusiv locuri în care sunt prezentate spre vânzare alimente și/sau băuturi;
- unități de îngrijire pentru bătrâni;
- unități medicale;
- grădinițe și școli;
- locuri pentru spectacole;
- locuri unde se organizează expoziții;
- locuri unde se practică sportul.

Spațiile speciale prevăzute pentru fumat nu trebuie să depășească mai mult de jumătate din totalul unei zone închise.

Există o excepție pentru locurile unde se prezintă pentru consum produse alimentare și/sau băuturi, și unde suprafața destinată fumatului nu trebuie să depășească 25 mp. Cu toate acestea trebuie să existe un sistem de climatizare și eliminare a fumului.

Fumatul este interzis în locuri sau localuri unde produsele alimentare sunt fabricate, depozitate și comercializate (Decretul Regal cu privire la fabricarea produselor alimentare).

Decretul Regal din 15 septembrie 1976 interzice consumul de tabac în transportul public (tramvai, autobuz, metrou). Fumatul este permis în compartimente speciale pentru tren, de exemplu. De la 1 ianuarie 2004, compartimentele speciale pentru fumători dispar din trenurile SNCB.

Fumatul la locul de muncă este reglementat prin Decretul Regal din 31 martie 1993, completat și de art.148, 2 din Regulamentul General pentru Protecția Muncii. Hotărârea prevede că angajatorul trebuie să ia măsurile necesare în vederea stabilirii

⁵ http://www.cdep.ro/eu/examinare_pck.fisa_examinare?eid=205

⁶ <http://ftp.vub.ac.be/pub/exchange/ndacosta/outgoing/download/SIPES/fiches/sano31.html>

unui mediu, atât în orele de lucru, cât și în perioadele de odihnă, prin care să se respecte atât nevoile fumătorilor cât și cele ale nefumătorilor. Această reglementarea are la bază toleranța reciprocă, respectarea libertății individuale și curtoazia. În plus, angajatorul trebuie să ia măsuri complementare pentru a reduce neplăcerile cauzate de fum.

De la data de 1 ianuarie 2006, fumatul este interzis la locul de muncă dacă nu este prevăzut un loc special pentru aceasta.

Directiva europeană din 13 noiembrie 1989 cu privire la etichetarea pachetelor de țigări, care a intrat în vigoare în anul 1992, are ca obiect să răspundă la tentativele fabricantilor de țigări de a limita impactul avertismentelor cu privire la sănătate. Prevederile acestei directive se regăsesc în Decretul Regal din 13 august 1990, modificat de Decretul Regal din 15 aprilie 1993.

Directiva prevede cum trebuie să fie etichetat pachetul:

- pe fiecare latură se menționează nivelul de gudron și nicotină;
- pe partea cea mai vizibilă se plasează avertismentul „afectează grav sănătatea”
- pe cealaltă față se trece un alt avertisment specific care alternează.

Fiecare stat a stabilit o listă de avertismente care sunt obligatorii.

În Belgia, avertismentele sunt următoarele:

„Fumatul provoacă cancer”

„Fumatul provoacă boli cardio-vasculare”

„Femei însărcinate: fumatul dăunează sănătății copilului”

„Pentru sănătatea voastră, nu fumați”.

Avertismentele trebuie să fie imprimate cu litere groase, pe un fond contrastant. Și trebuie să acopere 8% din suprafața totală a unui pachet dacă avertismentele sunt menționate în trei limbi. În Belgia, mesajele sunt transmise în cele trei limbi oficiale.

Directiva europeană din 6 iulie 1998 prevedea interzicerea publicității pentru produsele din tutun începând cu data de 30 iulie 2001 dar nu înainte de 30 iulie 2002 pentru presa scrisă. Sponsorizarea, de asemenea, nu va fi interzisă decât de la data de 30 iulie 2003 și începând cu 2006 în cazuri excepționale precum evenimentele sau activitățile de anvergură mondială.

Directiva europeană permite totodată statelor membre să ia măsurile cele mai severe cum este și cazul Belgiei, cu Legea din 10 decembrie 1997, prin care a interzis publicitatea pentru produsele din tabac. Această lege a intrat în vigoare la 1 ianuarie 1999. Începând cu această dată toate formele de publicitate pentru produsele din tutun ca și sponsorizarea din partea producătorilor produselor din tutun au fost interzise.

Există trei excepții:

1. publicitatea pentru produsele din tutun din jurnalele și periodicele străine în afara situației în care această publicitate s-ar face pentru produsele care se află pe piața belgiană;
2. publicitate făcută în cadrul unui eveniment în care o comunicare este făcută de către un străin, în afara situației în care publicitatea are ca obiect promovarea unor produse de pe piața belgiană;
3. publicitate în magazinele de tutun și în broșurile pentru vinderea produselor din tutun; Totuși, toate însemnele luminoase și toată publicitatea pentru altceva decât numele mărcii sunt interzise.

De asemenea, această lege interzice publicitatea produselor de tutun pe alte produse care se află pe piață dar în numele unui produs din tutun (de exemplu, articolele de îmbrăcăminte).

De la 1 ianuarie 2004 se interzice vânzarea țigărilor minorilor sub 16 ani. De asemenea, nu se pot vinde pachete de țigări cu mai puțin de 19 țigarete.

După 1 iulie 2011, s-a interzis fumatul în absolut toate spațiile publice închise din Regat.

FRANȚA

Produsele din tutun nu pot fi vândute decât în debitele de tutun. Tutunul este taxat de către stat, care multă vreme a deținut monopolul pentru fabricare.

Măsurile cu privire la sănătatea publică și lupta împotriva tabagismului au început în anul 1976.

Aceste cerințe se confruntă în mod natural cu interesele companiilor de tutun, care dispun de un lobby puternic.

Prima lege franceză care a promovat lupta împotriva tabagismului a fost Legea din 9 iulie 1976 sau „Legea Veil”. Această lege limita publicitatea doar la presa scrisă. Legea interzicea sponsorizările manifestărilor sportive de către producătorii de țigări. Ambalajele trebuiau să cuprindă un mesaj cu privire la sănătate. Interdicțiile cu privire la fumat trebuiau să existe în toate spațiile publice.

În 1991, guvernul, prin elaborarea unei noi legi – „Legea Envin”, urmărește să întărească lupta împotriva alcoolismului și tabagismului.

Legea Envin, din 10 ianuarie 1991 pune accent pe prevenire și informarea publicului și întărește caracterul restrictiv al Legii din 1976.

Această lege a suportat mai multe modificări:

Legea din 27 ianuarie 1993 nuanțează interdicția cu privire la publicitate, introducând anumite derogări cu privire la introducerea de publicitate pentru retransmisile sportive televizate ale unor competiții motorsport care se desfășoară în străinătate ca și pentru revistele de specialitate motorsport.

Legea din 18 ianuarie 1994 introduce obligația de a aplica mesaje de avertizare cu privire la sănătate pe toate ambalajele produselor din tutun, nu doar pe pachetele de țigări.

Legea din 24 iulie 2003 este axată pe protecția minorilor. Este interzisă vânzarea de țigări minorilor sub 16 ani. În caz de infracțiune, vânzătorul este pasibil de o amendă de 150 euro. De asemenea, se interzice desfacerea pachetelor pentru vânzarea țigărilor la bucată, facilitând astfel cumpărarea acestora de către minori.

Această lege stabilește și un cadru de educație pentru sănătate, pentru clasele primare și secundare, cu privire la riscurile la care te expune fumatul.

Legea 2009-879 din 21 iulie 2009 modifică legea precedentă prin introducerea interdicției de vânzare a produselor din tutun minorilor sub 18 ani. Decretul de aplicare al acestei legi a apărut în mai 2010.

Toate aceste legi sunt transpuse în Codul pentru Sănătate Publică.

Decretul nr.2006-1386 din 15 noiembrie 2006 fixează condițiile de aplicare a interdicției de a se fuma în spații publice astfel încât să se prevină fumatul pasiv.

Sunt stabilite limitele de gudron, nicotină și monoxid de carbon. Aceste informații trebuie să fie înscrise pe pachet.

Toate ambalajele produselor din tutun trebuie să conțină mesaje de avertisment cu privire la sănătate.

În cazul în care sunt încălcate prevederile cu privire la publicitate amenda poate ajunge la 100 000 euro.

Fumatul este interzis în locurile publice cum ar fi instituțiile, școlile, cafenelele și restaurantele, transportul în comun, locurile de muncă, cu excepția locurilor special prevăzute pentru fumat. Încălcarea acestor prevederi este sancționată cu amendă de 450 de euro.

IRLANDA

După martie 2004, s-a interzis fumatul în toate locurile închise care au destinația de locuri de muncă.

Interdicția de a se fuma este aplicabilă în restaurante, cafenele (*pubs*) și discoteci. Legea nu prevede crearea de locuri speciale pentru fumat. Este prima țară europeană care a luat astfel de măsuri. Contrar predicțiilor alarmiste ale deținătorilor de pub-uri, aplicarea acestei măsuri a fost fără reale dificultăți și nu a avut un impact negativ.

La un an după intrarea în vigoare această măsură s-a bucurat de o largă susținere populară, întrucât 93% din irlandezi s-au declarat satisfăcuți, dintre aceștia 80% erau fumători⁷.

ITALIA

Legea din anul 1975 interzice fumatul în taxi, autobuze și spitale.

În anul 2002 este adoptată o altă lege mai restrictivă, care va intra în vigoare la 10 ianuarie 2005. Se interzice fumatul în toate locurile publice (chiar și în tutungerii), în afara spațiilor amenajate pentru fumători. Crearea acestor spații nu este obligatorie. Acestea trebuie să reprezinte mai puțin de 50% din suprafața unei unități, să fie închise și să fie dotate cu sistem de ventilație. Ele trebuie să se închidă cu uși automate și nu pot constitui locuri de trecere pentru nefumători⁸.

7

http://archive.wikiwix.com/cache/?url=http://www.otc.ie/uploads/1_Year_Report_FA.pdf&title=Bilan%20%C3%A0%20un%20an%20de%20l%27office%20irlandais%20contre%20le%20tabagisme

⁸ <http://www.senat.fr/lc/lc142/lc1425.html>

MAREA BRITANIE

Fumatul este interzis în transportul public, spații publice închise, precum și locuri de muncă închise, inclusiv în vehicule de lucru. Există doar câteva excepții limitate de la interzicerea fumatului. Fumatul este permis în hoteluri, în camere special prevăzute, case de îngrijire pe termen lung, aziluri paliative, închisori. Fumatul este permis în magazinele specializate doar pentru prelevare de probe.

Publicitatea și promovarea produselor din tutun sunt interzise doar cu câteva excepții. În marile magazine publicitatea în favoarea tutunului este interzisă. În micile magazine de vânzare cu amănuntul sunt permise anunțuri pe afișe de format A5 (21 cm x 15 cm) și trebuie să conțină un avertisment de sănătate care să ocupe 30% din suprafața afișului. Într-un astfel de magazin este permis doar un afiș. Tutungeriile pot afișa materiale publicitare în interiorul magazinelor și cu vedere spre exterior. Acestea nu sunt limitate ca dimensiuni dar trebuie să conțină avertismente cu privire la sănătate care să ocupe 30% din suprafața materialului publicitar. Din aprilie 2015 va fi interzisă publicitate în magazinele mici și publicitatea din tutungerii cu vedere spre exterior. Publicitatea va fi permisă doar în interiorul tutungeriilor. Publicitatea sponsorizărilor nu sunt permise dar sponsorizările sunt permise.

Ambalajele produselor din tutun trebuie să conțină pe fața pachetului, pe o suprafață de 30%, unul din cele două avertismente iar unul din cele 14 imagini avertisment trebuie să fie amplasată pe o suprafață de 40% din suprafața de pe spatele pachetului.

Legea sănătății⁹ din 2006 conține mai multe aspecte legate de sănătatea publică, inclusiv de control al tutunului. Sub acest aspect, legea reglementează fumatul în locuri publice, locuri de muncă și mijloacele de transport în comun. Numeroase reglementări au fost emise în conformitate cu/și pentru punerea în aplicare a legii sănătății.

Legea privind promovarea și publicitatea tutunului din 2002¹⁰ reglementează publicitatea, promovarea și sponsorizarea altfel decât în mass-media și audiovizual. Au fost emise de asemenea și numeroase alte reglementări în acord cu această lege. Unele dintre ele au fost abrogate prin Regulamentul din 2010. Unele reglementări rămân în vigoare doar până în aprilie 2015.

Reglementările privind publicitatea în audiovizual sunt prevăzute în Codul audiovizualului, care interzice plasarea de reclame referitoare la tutun în cadrul programelor audio-video.

Aspectele privind ambalarea și etichetarea produselor din tutun sunt prevăzute în Regulamentul privind producerea produselor din tutun din 2002¹¹, modificat de către Regulamentul privind producerea produselor din tutun din 2007¹², în acord cu Legea privind protecția consumatorilor din 1987¹³.

⁹ <http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2006/28/contents>

¹⁰ <http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2002/36/data.pdf>

¹¹ <http://www.legislation.gov.uk/uksi/2002/3041/made/data.pdf>

¹² <http://www.legislation.gov.uk/uksi/2007/2473/made/data.pdf>

¹³ http://www.legislation.gov.uk/ukpga/1987/43/pdfs/ukpga_19870043_en.pdf

PORTUGALIA

Legea nr. 37/2007¹⁴ se referă la diverse aspecte privind consumul, vânzarea și controlul produselor din tutun din Portugalia. După 1 ianuarie 2008, este interzis fumatul în toate locurile publice. Acestea includ clădiri publice, unități pentru alimentație publică, băuturi, transport în comun, locuri de muncă.

Fumatul este permis dacă există spații cu ventilație către exterior și spațiul respective este separate de restul spațiului.

În cafenele, restaurante și cluburi, mai mici de 100 mp, proprietarul poate opta pentru a permite sau interzice fumatul. În spațiile mai mari de 100 mp se pot crea zone pentru fumat (mai mici de 30% din spațiu) sau un spațiu separat fizic (de maxim 40%).

Sunt interzise toate formele de publicitate și promovare a produselor din tutun prin intermediul mass-media.

Publicitatea în presa scrisă este permisă doar în publicațiile destinate exclusiv unităților în care se vând produse din tutun.

Se interzice distribuirea gratuită sau vânzarea unor produse sau bunuri de larg consum prin intermediul cărora se promovează produsele din tutun

SPANIA

După 2 ianuarie 2011, odată cu intrarea în vigoare a Legii 42/2010¹⁵ Spania a interzis fumatul în spațiile publice închise, la locul de muncă, în transportul public, cafenele și restaurante. Excepții limitate fac hotelurile care trebuie să dețină camere speciale pentru fumători. Jurisdicțiile sub-naționale pot adopta prevederi legale cu privire la fumat care să fie mai restrictive decât reglementările naționale.

Publicitatea, promovarea și sponsorizarea sunt în general interzise. Legea permite publicitatea doar în publicații tipărite în țări din afara Uniunii Europene, în cazul în care aceste publicații nu sunt destinate în primul rând pieței europene și nu vizează minori.

Produsele de tutun trebuie să cuprindă pe fața pachetului un avertisment din cele două stabilite de lege ("Fumatul ucide" și "Fumatul dăunează grav sănătății"), pe o suprafață de 30% iar pe spatele pachetului, pe o suprafață de 40 % unul din cele 14 avertismente stabilite de lege.

SUEDIA

În conformitate cu legislația suedeză, zonele de fumat sunt prevăzute în toate tipurile de locuri de muncă și spații publice. În restaurante fumatul este permis în încăperi speciale doar pentru fumat dar nu și pentru a se lua masa sau pentru consumul de băuturi. În hoteluri fumatul este permis în camere speciale destinate oaspeților. În școli și alte unități de îngrijire a copiilor fumatul este permis în spații speciale destinate fumătorului

¹⁴ <http://www.gmcs.pt/pt/lei-n-372007-de-14-de-agosto-lei-do-tabaco>

¹⁵ http://noticias.juridicas.com/base_datos/Admin/l42-2010.html

pentru personal. Fumatul este interzis în mijloacele de transport, cu excepția unora cum ar fi navele maritime care dispun de astfel de zone pentru fumat. Jurisdicțiilor locale pot adopta reglementări cu privire la fumat care să fie mai restrictive decât legislația națională.

Publicitatea și promovarea produselor din tutun este interzisă aproape în totalitate. Cu toate acestea, publicitatea este permisă la punctele de vânzare, cu condiția ca aceasta să nu fie vizibilă în afara punctului de vânzare. Sponsorizarea unor evenimente și activități este interzisă dar nu este interzisă sponsorizarea unor indivizi, grupuri, organizații sau guverne. Contribuțiile financiare, sponsorizările sau alte tipuri de ajutoare nu sunt mediatizate.

Pachetele produselor din tutun trebuie să conțină texte de avertizare pe 30% din fața pachetului și 40% din spatele pachetului. Există două avertismente text pentru fața pachetului și 14 avertismente text pentru spatele pachetului, care se rulează periodic.

Legea tutunului din anul 1993¹⁶ este principala reglementare națională cu privire la controlul tutunului și fumat, urmată de mai multe modificări^{17,18,19}.

Legea pentru radio și televiziune²⁰ interzice sponsorizarea programelor radio și TV.

Legea privind libertatea presei²¹ prevede în mod expres că aceasta nu se aplică la publicitatea comercială pentru produsele din tutun.

Legea privind marketing-ul²² prevede sancțiuni pentru încălcarea prevederilor cu privire la publicitatea, promovarea și sponsorizarea, prevăzute în Legea tutunului.

¹⁶ <http://www.tobaccocontrollaws.org/files/live/Sweden/Sweden%20-%20Tobacco%20Act%20of%201993%20.pdf>

¹⁷ <http://www.tobaccocontrollaws.org/files/live/Sweden/Sweden%20-%20SFS%202010727.pdf>

¹⁸ <http://www.tobaccocontrollaws.org/files/live/Sweden/Sweden%20-%20Amdt.%20Act.pdf>

¹⁹ <http://www.tobaccocontrollaws.org/files/live/Sweden/Sweden%20-%20SFS%2020101317%20-%20national.pdf>

²⁰ <http://www.tobaccocontrollaws.org/files/live/Sweden/Sweden%20-%20Radio%20and%20TV%20Act.pdf>

²¹ <http://www.tobaccocontrollaws.org/files/live/Sweden/Sweden%20-%20Freedom%20of%20Press%20Act.pdf>

²² <http://www.tobaccocontrollaws.org/files/live/Sweden/Sweden%20-%20Marketing%20Act.pdf>