

EXPUNERE DE MOTIVE

Secțiunea 1 Titlul actului normativ	
Lege privind reglementarea marketingului înlocuitorilor laptelui matern și promovarea alăptării	
Secțiunea 2 Motivul emiterii actului normativ (*)	
1. Descrierea situației actuale	<p>Prin Hotărârea Guvernului nr. 1.028/2014, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 891 din 8 decembrie 2014, s-au aprobat Strategia națională de sănătate pentru perioada 2014 - 2020 și Planul de acțiuni pentru implementarea Strategiei naționale.</p> <p>În cadrul Ariei strategice de intervenție nr. 1: "Sănătate publică" este inclus Obiectivul General „Îmbunătățirea stării de sănătate și nutriție a femeii și copilului” (OG 1.), iar primul Obiectiv Specific al acestuia (OS 1.1.) se referă la „Îmbunătățirea stării de sănătate și nutriție a mamei și copilului și reducerea riscului de deces infantil și matern”.</p> <p>Printre acțiunile prevăzute la acest obiectiv strategic specific se numără și îmbunătățirea cadrului legislativ prin elaborarea și promovarea Codului internațional de marketing al substituenților de lapte matern.</p> <p>În data de 17.10.2016, Ministerul Economiei, Comerțului și Relațiilor cu Mediul de Afaceri a notificat, conform procedurii prevăzute de directiva 2015/1535 privind schimbul de informații între Statele Membre și Comisia Europeană în domeniul reglementărilor tehnice (legislație națională nearmonizată) proiectul de "Lege privind reglementarea marketingului înlocuitorilor laptelui matern" și această notificare a primit nr. 2016/0554/RO, fiind stabilită o perioadă de așteptare de 3 luni, respectiv până în data de 18.01.2017.</p> <p>Legea privind reglementarea marketingului înlocuitorilor de lapte matern a fost adoptată și publicată în</p>
	<p>Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 910/11.11.2016 fără parcurgerea perioadei de așteptare de 3 luni prevăzută în directiva 2015/1535.</p> <p>Având în vedere că în perioada de așteptare proiectul a primit o serie de observații și aviz detaliat din partea unor State Membre, perioada de așteptare a proiectului s-a prelungit cu încă 3 luni, până în data de 18.04.2017.</p> <p>În data de 20.02.2017 Ministerul Economiei, Comerțului și Relațiilor cu Mediul de Afaceri a notificat legea și către Direcția Generală pentru sănătate și siguranță alimentară, conform art. 45 al Regulamentului nr. 1169/2011 al Parlamentului European privind informarea</p>

	<p>consumatorilor cu privire la produsele alimentare.</p> <p>Reprezentanții Comisiei Europene au informat în luna aprilie 2017 că perioada de așteptare de 3 luni, în conformitate cu Regulamentul nr. 1169/2011, nu a început să curgă niciodată, deoarece nu s-a respectat art. 45 (3) din Regulamentul nr. 1169/2011 conform căruia toate proiectele de acte normative care prevăd includerea unor noi informații (respectiv informații suplimentare față de cele prevăzute de acquis-ul comunitar) pe etichetele produselor alimentare se notifică Comisiei Europene în stadiul de proiect. Totodată Comisia Europeană a recomandat abrogarea Legii nr. 207/2016 și elaborarea unui nou act normativ care să fie notificat în faza de proiect.</p> <p>Legea nr. 207/2016 include prevederi cu incidență în legislația comunitară, pentru care Statele membre au semnalat că se impune o armonizare suplimentară. În conformitate cu art. 148 din Constituția României, republicată, legislația Uniunii Europene cu caracter obligatoriu are prioritate față de legislația actuală.</p>
	<p>Prin armonizarea deplină a prevederilor legii cu legislația Uniunii Europene actul normativ va putea fi pus în aplicare și va produce efecte în limitarea reclamei comerciale agresive a produselor ce înlocuiesc laptele matern, favorizând creșterea ratei alăptării, îmbunătățirea nutriției copilului și scăderea riscului de apariție a obezității.</p> <p>Vor fi ameliorate astfel importante probleme de sănătate publică.</p>
2.Schimbări preconizate	<p>Prin armonizarea deplină a prevederilor legii cu legislația Uniunii Europene actul normativ va putea fi pus în aplicare și va produce efecte în limitarea reclamei comerciale agresive a produselor ce înlocuiesc laptele matern, favorizând creșterea ratei alăptării, îmbunătățirea nutriției copilului și scăderea riscului de apariție a obezității.</p> <p>Vor fi ameliorate astfel importante probleme de sănătate publică.</p>
3. Alte informații (**)	<p>România a aderat la Organizația Mondială a Sănătății în anul 1948. Adunarea Mondială a Sănătății și Consiliul Executiv sunt organele de conducere ale Organizației Mondiale a Sănătății.</p> <p>Codul Internațional de Marketing al Substituenților de Lapte Matern, elaborat de către Organizația Mondială a Sănătății și UNICEF, a fost adoptat, cu titlu de recomandare, la a 34-a ediție a Adunării Mondiale a Sănătății, prin Rezoluția nr. 34.22 din 21 mai 1981.</p> <p>România are o obligație principială și politică atât de a prelua în legislația internă principiile Codului Internațional de Marketing al Substituenților de Lapte Matern, cât și de a le implementa și de a atinge astfel obiectivele acestuia.</p> <p>Totodată, Convenția cu privire la drepturile copilului stipulează la art. 24 pct. 2 lit. e), obligația statelor părți de a lua „măsurile corespunzătoare pentru asigurarea că toate segmentele societății, în mod deosebit părinții și copiii, sunt informate, au acces la educație și sunt sprijinite în folosirea cunoștințelor de bază despre sănătatea și alimentația copilului, despre avantajele alăptării”. Prevederea menționată este întărită de art. 43 alin. (3) lit. e) din Legea nr. 272/2004 privind protecția și promovarea drepturilor copilului, cu modificările ulterioare.</p>

Secțiunea a 3-a
Impactul socio-economic al proiectului de act normativ

1. Impact macro-economic

Proiectul de act normativ nu se referă la acest subiect

1¹. Impactul asupra mediului concurențial și domeniului ajutoarelor de stat:

Proiectul de act normativ nu se referă la acest subiect

2. Impact asupra mediului de afaceri

Proiectul de act normativ nu se referă la acest subiect

2¹. Impactul asupra sarcinilor administrative

Proiectul de act normativ nu se referă la acest subiect

2². Impactul asupra întreprinderilor mici și mijlocii

Proiectul de act normativ nu se referă la acest subiect

3. Impact social

Îmbunătățirea stării de sănătate a populației, în special a copiilor, ca urmare a protecției și promovării alăptării, dar și prin utilizarea corectă a înlocuitorilor laptelui matern, atunci când aceștia sunt necesari.

Furnizarea de informații consistente, obiective și accesibile, într-o formă adecvată publicului.

Optând pentru varianta alăptării, unele familii vor fi scutite de cheltuielile necesare pentru achiziționarea înlocuitorilor laptelui matern.

4. Impact asupra mediului

Proiectul de act normativ nu se referă la acest subiect

5. Alte informații

Nu sunt

Secțiunea a 4-a
Impactul financiar asupra bugetului general consolidat,
atât pe termen scurt, pentru anul curent, cât și pe termen lung (pe 5 ani)
Proiectul de act normativ nu are impact asupra bugetului general consolidat.

- în mii lei (RON) -

Indicatori	Anul curent	Următorii patru ani				Media pe cinci ani
		3	4	5	6	
1	2	3	4	5	6	7
1. Modificări ale veniturilor bugetare, plus/minus, din care:						
a) buget de stat, din acesta:						
i. impozit pe profit						
ii. impozit pe venit						
b) bugete locale						
i. impozit pe profit						
c) bugetul asigurărilor sociale de stat:						
i. contribuții de asigurări						
2. Modificări ale cheltuielilor bugetare, plus/minus, din care:						
a) buget de stat, din acesta:						

i. cheltuieli de personal ii. bunuri și servicii b) bugete locale: i. cheltuieli de personal ii. bunuri și servicii c) bugetul asigurărilor sociale de stat: i. cheltuieli de personal ii. bunuri și servicii						
3. Impact financiar, plus/minus, din care:						
a) buget de stat						
b) bugete locale						
4. Propuneri pentru acoperirea creșterii cheltuielilor bugetare						
5. Propuneri pentru a compensa reducerea veniturilor bugetare						
6. Calcule detaliate privind fundamentarea modificărilor veniturilor și/sau cheltuielilor bugetare						
7. Alte informații	Nu sunt					

Secțiunea a 5-a
Efectele proiectului de act normativ asupra legislației în vigoare

1. Măsuri normative necesare pentru aplicarea prevederilor proiectului de act normativ (acte normative în vigoare ce vor fi modificate sau abrogate, ca urmare a intrării în vigoare a proiectului de act normativ):

Proiectul de act normativ abrogă Legea nr. 207/2016 privind reglementarea marketingului înlocuitorilor laptelui matern, cu modificările și completările ulterioare.

1¹. Compatibilitatea proiectului de act normativ cu legislația în domeniul achizițiilor publice

Proiectul de act normativ nu se referă la acest subiect

2. Conformitatea proiectului de act normativ cu legislația comunitară în cazul proiectelor ce transpun prevederi comunitare:

Proiectul de act normativ nu se referă la acest subiect.

3. Măsuri normative necesare aplicării directe a actelor normative comunitare

Proiectul de act normativ nu se referă la acest subiect.

4. Hotărâri ale Curții de Justiție a Uniunii Europene

Proiectul de act normativ nu se referă la acest subiect

5. Alte acte normative și/sau documente internaționale din care decurg angajamente, făcându-se referire la un anume acord, o anume rezoluție sau recomandare internațională ori la alt document al unei organizații internaționale:

Codul Internațional de Marketing al Substituenților de Lapte Matern, adoptat la a 34-a ediție a Adunării Mondiale a Sănătății, prin Rezoluția nr. 34.22 din 21 mai 1981.

Convenția cu privire la drepturile copilului, ratificată prin Legea nr. 18/1990, republicată, care prevede la art. 24 „dreptul copilului de a se bucura de cea mai bună stare de sănătate posibilă”, drept care trebuie recunoscut de statele părți, iar la art. 24 pct. 2 lit. e) stipulează în mod expres obligația

statelor părți de a lua „măsurile corespunzătoare pentru asigurarea că toate segmentele societății, în mod deosebit părinții și copiii, sunt informate, au acces la educație și sunt sprijinite în folosirea cunoștințelor de bază despre sănătatea și alimentația copilului, despre avantajele alăptării”.

6. Alte informații

Pentru elaborarea prezentului proiect de lege s-a constituit un Grup de lucru, alcătuit din reprezentanți ai instituțiilor și organizațiilor abilitate și anume: Ministerul Sănătății, Institutul Național de Sănătate Publică, Ministerul Economiei, Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorului, Autoritatea Națională Sanitară Veterinară și pentru Siguranța Alimentelor, UNICEF România, Organizația Mondială a Sănătății- Biroul pentru România, Asociația Română a Industriei Produselor Alimentare cu Destinație Nutrițională Specială.

~~Propunerea de act normativ intră în categoria acelor care conțin reglementări tehnice și trebuie să parcurgă procedura de notificare prevăzută de Directiva 2015/1535, prin Ministerul Economiei, Energiei și Mediului de Afaceri, care este punct de național pentru aplicarea acestei Directive.~~

Totodată proiectul face referire și la Regulamentul UE 1169/2011 privind informarea consumatorilor - Regulament de care este responsabilă Autoritatea Națională pentru protecția Consumatorilor.

În acest context, proiectul va fi notificat Comisiei Europene prin intermediul Ministerului Economiei, Energiei și Mediului de Afaceri, iar în formularul de notificare se va bifa și punctul care face referire la Regulamentul 1169/2011, astfel încât serviciile Comisiei care se ocupă de acest aspect să analizeze proiectul și din această perspectivă.

Secțiunea a 6-a

Consultările efectuate în vederea elaborării proiectului de act normativ

1. Informații privind procesul de consultare cu organizațiile neguvernamentale, institute de cercetare și alte organisme implicate

- Consultări cu Fondul Națiunilor Unite pentru Copii (UNICEF) și cu Organizația Mondială a Sănătății;
- Consultări cu Institutul Național de Sănătate Publică;
- Consultări cu specialiști în sănătatea și nutriția mamei și copilului;
- Consultări cu producătorii și distribuitorii din industria de profil
- Aviz favorabil din partea Comisiei de Dialog Social, în ședința desfășurată la Ministerul Sănătății în

data de 07.11.2019, conform convocării nr. TMB 216/ 29.10.2019

2. Fundamentarea alegerii organizațiilor cu care a avut loc consultarea precum și a modului în care activitatea acestor organizații este legată de obiectul proiectului de act normativ

Fondul Națiunilor Unite pentru Copii (UNICEF) și Organizația Mondială a Sănătății au participat la elaborarea Codului Internațional de Marketing al Substituenților de Lapte Matern.

Institutul Național de Sănătate Publică are drept scop, potrivit Hotărârii Guvernului nr. 1414/2009, cu modificările și completările ulterioare, promovarea sănătății și educația pentru sănătate, precum și elaborarea reglementărilor în domeniul sănătății publice.

Producătorii și distribuitorii din industria de profil au fost implicați și în procesul de elaborare a Legii nr. 207/2016.

3. Consultările organizate cu autoritățile administrației publice locale, în situația în care proiectul de act normativ are ca obiect activități ale acestor autorități, în condițiile Hotărârii Guvernului nr.521/2005 privind procedura de consultare a structurilor asociative ale autorităților administrației publice locale la elaborarea proiectelor de acte normative

Nu este cazul.

4. Consultările desfășurate în cadrul consiliilor interministeriale în conformitate cu prevederile Hotărârii Guvernului nr.750/2005 privind constituirea consiliilor interministeriale permanente

Proiectul de act normativ nu se referă la acest subiect

5. Informații privind avizarea de către:

a) Consiliul Legislativ

b) Consiliul Suprem de Apărare a Țării

c) Consiliul Economic și Social

d) Consiliul Concurenței

e) Curtea de Conturi

Potrivit Regulamentului privind procedurile, la nivelul Guvernului, pentru elaborarea, avizarea și prezentarea proiectelor de documente de politici publice, a proiectelor de acte normative, precum și a altor documente, în vederea adoptării/aprobării, regulament aprobat prin Hotărârea Guvernului nr. 561/2009, prezentul proiect de lege urmează a fi transmis de către Secretariatul General al Guvernului, Consiliului Legislativ, în vederea avizării.

6. Alte informații

Nu sunt.

**Secțiunea a 7-a
Activități de informare publică privind elaborarea
și implementarea proiectului de act normative**

1. Informarea societății civile cu privire la necesitatea elaborării proiectului de act normativ

Prezentul act normativ este adoptat în conformitate cu prevederile art. 7 alin. 13) din Legea nr. 52/2003 privind transparența decizională în administrația publică, republicată.

2. Informarea societății civile cu privire la eventualul impact asupra mediului în urma implementării proiectului de act normativ, precum și efectele asupra sănătății și securității cetățenilor sau diversității biologice

Proiectul de act normativ nu se referă la acest subiect.

3. Alte informații

Nu sunt

**Secțiunea a 8-a
Măsuri de implementare**

1. Măsurile de punere în aplicare a proiectului de act normativ de către autoritățile administrației publice centrale și/sau locale - înființarea unor noi organisme sau extinderea competențelor instituțiilor existente

Proiectul de act normativ include și normele de aplicare pentru această lege.

2. Alte informații

Nu sunt.

Față de cele prezentate, a fost elaborat prezentul proiect de Lege privind reglementarea marketingului înlocuitorilor laptelui matern și promovarea alăptării.

Ministrul sănătății

Victor Sebastian Costache



Avizăm favorabil:

Viceprim-ministru

Raluca TURCAN

Ministrul economiei, energiei și mediului de afaceri,

Virgil-Daniel POPESCU

Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorului,

Horia Miron CONSTANTINESCU- Președinte

Ministrul agriculturii și dezvoltării rurale,

Nechita-Adrian OROS

Ministrul Afacerilor Externe ,

Bogdan Lucian AURESCU

Ministrul Justiției,

Marian Cătălin PREDOIU

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) biberone, tetine.

(3) Prezenta lege nu se aplică alimentelor destinate unor scopuri medicale speciale, așa cum sunt ele definite în Regulamentul delegat (UE) 2016/128 de completare a Regulamentului (UE) nr. 609/2013 al Parlamentului European și al Consiliului în ceea ce privește cerințele specifice privind compoziția și informarea aplicabile alimentelor destinate unor scopuri medicale speciale.

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 însuși 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, distribuția, 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 vânzătorii 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 oricărui 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

Măsurile 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 plasării 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 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.

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, trebuie limitate la aspecte științifice și exacte.

(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 sugariilor 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, art. 7 alin. (1), (2), (4) și (5), art. 8, art. 15 alin. (1) și (2), art. 16, art. 17, art. 18, 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 alin. (1) și (2), art. 16, art. 17, art. 18, art. 19, art. 20 de către personalul împuternicit al Ministerului Sănătății;

b) pentru încălcarea prevederilor art. 6, art.7 alin. (1), (2), (4) și (5), art. 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.

p. PREȘEDINTELE CAMEREI DEPUTAȚILOR,

MARILEN-GABRIEL PIRTEA

p. PREȘEDINTELE SENATULUI,

ALINA-ȘTEFANIA GORGHIU

București, ____ / ____ /2019

Nr. ____