

Decreto Legislativo 16 dicembre 2004, n. 300

**"Attuazione della direttiva 2003/33/CE
in materia di pubblicità e di sponsorizzazione dei prodotti del tabacco"**

pubblicato nella Gazzetta Ufficiale n. 297 del 20 dicembre 2004

IL PRESIDENTE DELLA REPUBBLICA

Visti gli articoli 76 e 87 della Costituzione;

Vista la legge 31 ottobre 2003, n. 306, ed in particolare l'articolo 1 e l'allegato B;

Vista la direttiva 2003/33/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 26 maggio 2003, sul ravvicinamento delle disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri in materia di pubblicità e di sponsorizzazione a favore dei prodotti del tabacco;

Vista la legge 10 aprile 1962, n. 165, e successive modificazioni;

Vista la legge 6 agosto 1990, n. 223, ed, in particolare, l'articolo 8, comma 14;

Vista la preliminare deliberazione del Consiglio dei Ministri, adottata nella riunione del 15 ottobre 2004;

Acquisiti i pareri delle competenti Commissioni parlamentari;

Vista la deliberazione del Consiglio dei Ministri, adottata nella riunione del 3 dicembre 2004;

Sulla proposta del Presidente del Consiglio dei Ministri e del Ministro per le politiche comunitarie, di concerto con i Ministri degli affari esteri, della giustizia, dell'economia e delle finanze, delle attività produttive, della salute e delle comunicazioni;

E m a n a

il seguente decreto legislativo:

**Art. 1.
Definizioni**

1. Ai fini del presente decreto legislativo si intendono per:

a) prodotti del tabacco: tutti i prodotti destinati ad essere fumati, fiutati, succhiati o masticati se costituiti, anche parzialmente, di tabacco;

b) pubblicità: ogni forma di comunicazione commerciale che abbia lo scopo o l'effetto, diretto od indiretto, di promuovere un prodotto del tabacco;

c) sponsorizzazione: qualsiasi forma di contributo pubblico o privato ad un evento, un'attività o una persona che abbia lo scopo o l'effetto, diretto od indiretto, di promuovere un prodotto del tabacco;

d) servizi della società dell'informazione: i servizi di cui all'articolo 1, comma 1, lettera b), della legge 21 giugno 1986, n. 317, e successive modificazioni.

Art. 2.

Pubblicità a mezzo stampa e mediante i servizi della società dell'informazione

1. Ferma restando la disposizione di cui all'articolo unico della legge 10 aprile 1962, n. 165, e' vietata la pubblicità a mezzo stampa e mediante altre pubblicazioni stampate, con le eccezioni di cui al comma 2.
2. La pubblicità a mezzo stampa e mediante altre pubblicazioni stampate, e' consentita soltanto nelle pubblicazioni destinate esclusivamente ai professionisti del commercio del tabacco e nelle pubblicazioni stampate ed edite in Paesi non appartenenti alla Comunità europea, che non siano principalmente destinate al mercato comunitario.
3. E' vietata la pubblicità nei servizi della società dell'informazione.

Art. 3.

Pubblicità radiofonica

1. E' vietata la pubblicità radiofonica a favore dei prodotti del tabacco.
2. I programmi radiofonici non possono essere sponsorizzati da persone fisiche o giuridiche la cui principale attività consista nella fabbricazione o vendita di prodotti del tabacco.

Art. 4.

Sponsorizzazione di eventi e di attività

1. La sponsorizzazione di un evento o di un'attività e' vietata qualora gli stessi si svolgano contemporaneamente in più di uno Stato appartenente alla Comunità europea ovvero il cui organizzatore sia costituito da più soggetti residenti in più di uno Stato della Comunità.
2. E' vietata altresì la sponsorizzazione di un evento che per quanto attiene la sua organizzazione produca direttamente effetti transfrontalieri.
3. Le disposizioni di cui ai commi 1 e 2 non si applicano alla sponsorizzazione di un evento, o di attività praticate nel suo ambito, quando questo si svolge esclusivamente nel territorio dello Stato.
4. E' vietata la distribuzione gratuita di prodotti del tabacco nel contesto della sponsorizzazione degli eventi di cui ai commi 1 e 2, che abbia lo scopo o l'effetto diretto od indiretto di promuovere tali prodotti.

Art. 5.

Sanzioni

1. Chiunque effettua pubblicità a mezzo stampa o nei servizi della società dell'informazione in violazione dei divieti stabiliti all'articolo 2 e' soggetto alla sanzione amministrativa da euro 2.582,25 a euro 25.822,80.
2. Alla stessa sanzione e' soggetto chiunque effettui pubblicità radiofonica vietata ai sensi dell'articolo 3 ovvero, la sponsorizzazione vietata degli eventi od attività di cui all'articolo 4, commi 1 e 2.

Art. 6.

Legittimazione ad agire contro le violazioni

1. Le associazioni dei consumatori e degli utenti rappresentative a livello nazionale, iscritte nell'elenco previsto dall'articolo 5 della legge 30 luglio 1998, n. 281, sono legittimate ad agire in giudizio contro le violazioni ai divieti previsti dal presente decreto legislativo.