

## EXPUNERE DE MOTIVE

Legea nr.148/2000 privind publicitatea, cu modificările și completările ulterioare, reglementează domeniul publicității. La propunerea organelor sale de specialitate, în conformitate cu art.27 din actul normativ susmenționat, Guvernul a aprobat reglementări specifice privind publicitatea, cu excepția celor din cadrul programelor audiovizuale.

În conformitate cu aceste prevederi, este permisă publicitatea pentru băuturile alcoolice prin intermediul televiziunii, radioului, presei scrise, precum și în orice modalitate, cum ar fi publicitatea stradală în toate formele.

Datorită faptului că, în urma studiilor efectuate, s-a constatat creșterea consumului de alcool, atât la populația majoră, cât și mai ales în rândul copiilor, au fost adoptate unele măsuri în vederea unei mai bune informări a populației asupra riscului pe care îl reprezintă consumul de alcool. În acest context, s-a considerat că este necesară și modificarea prevederilor privind publicitatea la băuturile alcoolice spirtoase, în scopul protejării acestor categorii de populație.

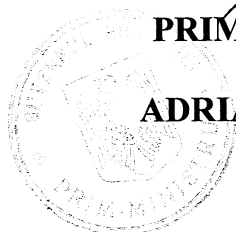
Prin ordinul ministrului agriculturii, alimentației și pădurilor, al ministrului sănătății și familiei și al președintelui Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor, nr.268/441/117/2003 pentru aprobarea Normelor privind definirea, descrierea și prezentarea băuturilor spirtoase, legiuitorul definește modul de obținere al băuturilor spirtoase, care reprezintă un derivat al băuturilor alcoolice. Astfel, prin băuturi spirtoase se înțelege lichidul alcoolic destinat consumului uman având proprietăți organoleptice, particulare și o concentrație alcoolică de minimum 15% vol., la 20<sup>0</sup> C, cu excepția lichiorului, denumit avocat, advocat sau advokat, a cărui concentrație alcoolică este de minimum 14% vol.

Datorită concentrației alcoolice mai mari în cazul acestor băuturi spirtoase, precum și a modului de obținere, riscul producerii unor consecințe negative, inclusiv la nivelul stării de sănătate, atât la populația adultă, cât mai ales la copii este foarte ridicat.

Pe de altă parte, reglementările comunitare în domeniul publicității sunt foarte clare în ceea ce privește protecția minorilor împotriva consumului de alcool, fiind necesară alinierea legislației interne la cea a Uniunii Europene, în contextul procesului de aderare a României.

În acest context, prin prezenta Ordonanță, se impune o măsură care să restrângă publicitatea pentru băuturile spirtoase, cu excepția celei realizate prin intermediul presei scrise, al radioului și televiziunii, în condițiile stabilite prin Decizia Consiliului Național al Audiovizualului nr.254/2004 privind publicitatea, sponsorizarea și teleshopingul.

Față de cele prezentate mai sus, a fost întocmit proiectul de lege alăturat privind aprobarea Ordonanței Guvernului pentru completarea Legii nr.148/2000 privind publicitatea, pe care îl supunem PARLAMENTULUI spre adoptare.



**PRIM-MINISTRU**  
**ADRIAN NĂSTASE**