

A LA MESA DEL CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

Francisco Igea Arisqueta, Fernando Navarro Fernández-Rodríguez y Diego Clemente Giménez, Diputados del Grupo Parlamentario Ciudadanos, al amparo de lo dispuesto en el artículo 185 y siguientes, del vigente Reglamento de la Cámara, presentan la siguiente pregunta para la que se solicita **respuesta por escrito sobre las posibles vulneraciones de la Ley 28/2005, de 26 de diciembre, de medidas sanitarias frente al tabaquismo y reguladora de la venta, el suministro, el consumo y la publicidad de los productos del tabaco, en materia de limitaciones de publicidad, promoción y patrocinio de los productos del tabaco.**

Congreso de los Diputados, 17 de abril de 2018

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

La Ley 28/2005, de 26 de diciembre, de medidas sanitarias frente al tabaquismo y reguladora de la venta, el suministro, el consumo y la publicidad de los productos del tabaco se aprobó hace más de una década con la finalidad de erradicar la primera causa aislada de mortalidad y morbilidad evitable: el consumo de productos del tabaco. Esta norma contenía una serie de medidas multisectoriales que tenían como objetivo primordial la prevención del tabaquismo y la limitación del daño que el consumo de estos productos ocasionan a terceras personas.

En materia de publicidad, el artículo 9 de la norma establece una serie de limitaciones en cuanto al patrocinio, publicidad y promoción de los productos del tabaco en diferentes medios y soportes. En este aspecto, la Ley regula que *“queda prohibido el patrocinio de los productos del tabaco, así como toda clase de publicidad, y promoción de los citados productos en todos los medios y soportes”* y que las presentaciones del tabaco y sus promociones en las expendurias se permiten *“siempre que no tenga como destinatarios a los menores de edad ni suponga la distribución gratuita de tabaco o de bienes y servicios relacionados exclusivamente con productos del tabaco o con el hábito de fumar o que lleven aparejados nombres, marcas, símbolos o cualesquiera otros signos distintivos que sean utilizados para los productos del tabaco. En todo caso, el valor o precio de los bienes o servicios citados no podrá ser superior al cinco por ciento del precio de los productos del tabaco que se pretenda promocionar. En ningún caso, dichas actividades podrán realizarse en los escaparates ni extenderse fuera de dichos establecimientos, ni dirigirse al exterior”*

Pese a estas limitaciones, diferentes asociaciones, tanto de consumidores como incluso de vendedores de tabaco señalan que se están produciendo vulneraciones de la norma. A día de hoy se están realizando promociones vía online, se están prometiendo bienes o servicios aparejados al consumo de determinadas marcas, muy por encima del 5% del valor del tabaco que se promociona. Por ejemplo se promociona el consumo de tabaco mediante el concurso de viajes, móviles, aparatos electrónicos, cámaras fotográficas, tarjetas de compra por valor de varios centenares de euros, etc. Es preocupante que este tipo de campañas se estén llevando a cabo, encubiertas además en un formato que a simple vista impide conocer que es

una promoción de productos del tabaco, aún más cuando en las expendurías se ofrecen servicios a los menores de edad.

La edad media de inicio de consumo de tabaco en nuestro país se sitúa en los 13 años de edad según los datos facilitados por el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad a finales de 2017. Unos datos que mostraron la preocupación de la Ministra entonces pero que no se ha traducido en una acción decidida para combatir el tabaquismo. Un ejemplo de ello es que alguna de las asociaciones mencionadas anteriormente ha trasladado al Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad hasta 11 casos que pueden estar vulnerando el precepto legal relativo a la publicidad y promociones de productos del tabaco. Sin embargo, el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad no ha dado respuesta ni llevado a cabo medida alguna para evitar este tipo de conductas.

En relación a lo anterior, se formulan las siguientes preguntas:

1. ¿Tiene información el Gobierno en relación a la cantidad de campañas publicitarias y de promoción que han sido sancionadas por vulnerar alguno de los preceptos que contiene el artículo 9 de la Ley 28/2005, de 26 de diciembre, de medidas sanitarias frente al tabaquismo y reguladora de la venta, el suministro, el consumo y la publicidad de los productos del tabaco? ¿Cuántas? ¿En qué Comunidad Autónoma? ¿Qué empresa era responsable de dicha publicidad o promoción?
2. ¿Es consciente el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad que se están utilizando sorteos con premios valorados en miles de euros como ganchos para incentivar el consumo de tabaco? ¿Piensa tomar alguna medida al respecto?



Francisco Igea Arisqueta



Fernando Navarro Fernández-Rodríguez



Diego Clemente Giménez
Diputados del Grupo Parlamentario Ciudadanos