



BOLETÍN OFICIAL DE LAS CORTES GENERALES

CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

XV LEGISLATURA

Serie A:

PROYECTOS DE LEY

11 de septiembre de 2026

Núm. 111-1

Pág. 1

PROYECTO DE LEY

121/000110 Proyecto de Ley por la que se modifica 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.

La Mesa de la Cámara, en su reunión del día de hoy, ha adoptado el acuerdo que se indica respecto del asunto de referencia.

(121) Proyecto de ley.

Autor: Gobierno

Proyecto de Ley por la que se modifica 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.

Acuerdo:

Encomendar su aprobación con competencia legislativa plena, conforme al artículo 148 del Reglamento, a la Comisión de Sanidad. Asimismo, publicar en el Boletín Oficial de las Cortes Generales, estableciendo plazo de enmiendas, por un período de quince días hábiles, que finaliza el día 29 de septiembre de 2026.

En ejecución de dicho acuerdo se ordena la publicación de conformidad con el artículo 97 del Reglamento de la Cámara.

Palacio del Congreso de los Diputados, 8 de septiembre de 2026.—P.D. El Secretario General del Congreso de los Diputados, **Fernando Galindo Elola-Olaso**.

PROYECTO DE LEY POR LA QUE SE MODIFICA 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

Exposición de motivos

I

El consumo de tabaco continúa siendo una de las principales amenazas para la salud pública a nivel mundial. Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), se estima que el tabaco mata a más de 7 millones de personas cada año, de las cuales aproximadamente 1,6 millones son personas no fumadoras expuestas al humo ambiental de tabaco.

En España, ha transcurrido más de una década desde que se produjo la última modificación sustancial 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. Durante este periodo, se han producido importantes cambios, tanto a nivel epidemiológico y en los patrones de consumo, como en la configuración actual del mercado de los productos del tabaco y de los productos relacionados.

Desde la aprobación de la Ley 28/2005, de 26 de diciembre, se han reducido la mayoría de indicadores de consumo habitual o reciente de tabaco. Por ejemplo, de acuerdo con la encuesta EDADES 2024, la proporción de personas entre 15 y 64 años que han consumido tabaco en el último año ha pasado del 42,4 % en 2005 al 36,8 % en el 2024, mientras que el porcentaje de personas que consumen tabaco de manera diaria se ha reducido de un 32,8 % en 2005 al 25,8 % en el 2024. Esto es un reflejo de la eficacia de las medidas frente al tabaquismo que se han implementado en España tanto en el año 2005 como en la reforma de la ley en 2010. En cuanto a las personas jóvenes entre 14 y 18 años, según la encuesta ESTUDES 2025, la prevalencia de personas fumadoras diarias es del 4,3 %, la más baja de toda la serie histórica desde 1994. No obstante, la prevalencia de personas entre 14 y 18 años que han consumido tabaco en el último mes continúa elevada, siendo del 15,5 % en el año 2025, suponiendo, sin embargo, una mejoría respecto del año 2004 cuando la prevalencia era del 28,7 %. A pesar de las mejoras registradas en los últimos años, la prevalencia de tabaquismo en España sigue siendo elevada.

En los últimos años, han aparecido nuevos productos relacionados con el tabaco, entre los que destacan los cigarrillos electrónicos. Si bien su consumo ha aumentado en los últimos años, esto es especialmente llamativo entre las personas entre 14 y 18 años. Según la encuesta ESTUDES 2025, el porcentaje de personas adolescentes que habían probado alguna vez este tipo de productos era del 49,5 %. El consumo de cigarrillos electrónicos, en el último mes, entre personas de 14 y 18 años ha pasado de una prevalencia del 14,9 % en 2019 al 27,1 % en el año 2025, mientras que en personas entre 15-64 es ligeramente inferior al 5 %. Por tanto, las medidas de salud pública frente al tabaquismo deben tener en consideración los cambios en los patrones de consumo tanto del tabaco como de los productos emergentes y cómo estos pueden diferir en función de la edad. Asimismo, en el diseño y desarrollo de estas medidas, se deberá tomar en consideración las desigualdades sociales e incorporar la perspectiva de género.

En este contexto, es imperativo actualizar la legislación nacional para abordar los desafíos emergentes relacionados con el consumo de tabaco, productos de nicotina y productos relacionados. Esto incluye la regulación de nuevos dispositivos, la protección de las personas menores de edad frente a estrategias de marketing dirigidas y la ampliación de espacios libres de humo. Además, se deben implementar programas de prevención y cesación basados en la evidencia científica.

Esta ley está en línea con el documento «Plan Integral de Prevención y Control del Tabaquismo 2024-2027», aprobado en el Consejo de Ministros de 30 de abril de 2024, suponiendo la puesta en marcha efectiva de una de sus principales medidas, en consonancia con su objetivo general de protección de la salud de la población frente al tabaquismo y dentro del eje básico de actuación en el plano normativo. Así, el Plan ha identificado la necesidad de introducir diferentes mejoras, aún no contempladas en la regulación armonizada de la Unión Europea, lo cual supone un avance en materia de salud pública en la prevención y control del tabaquismo.

Además, mediante la presente modificación se pretende responder a las demandas expresadas tanto por las sociedades científicas como por las entidades civiles relacionadas con la materia, a fin de contribuir a la mejora de la salud de la ciudadanía y prevenir el inicio del consumo de tabaco y productos relacionados, especialmente entre la población joven, en línea con las estrategias de «Generaciones libres de tabaco» planteadas actualmente en el ámbito internacional.

La Constitución Española reconoce en su artículo 43 el derecho a la protección de la salud, y encomienda en su apartado 2 a los poderes públicos la organización y tutela de la salud pública a través de medidas preventivas. Para contribuir a la efectividad de este derecho, la Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad, estableció la obligación de las administraciones públicas sanitarias de orientar sus actuaciones prioritariamente a la promoción de la salud y la prevención de las enfermedades, evitar las actividades y productos que, directa o indirectamente, puedan tener consecuencias negativas para la salud y regular su publicidad y propaganda comercial. Además, el artículo 19 de la Ley 33/2011, de 4 de octubre, General de Salud Pública recoge la obligación por parte de las Administraciones públicas de implementar acciones y políticas preventivas sobre los determinantes sociales de la salud.

Las consideraciones expuestas hacen necesaria la adopción de nuevas medidas innovadoras y adaptadas a los profundos cambios experimentados en los últimos años. Por un lado, resulta necesario incidir sobre el consumo y la venta, con el aumento de los espacios al aire libre sin humo, creando la figura de los espacios de protección reforzada en entornos especiales y en los cuales la sociedad reclama una mayor concienciación y ejemplaridad por las características de estos espacios. Se reconoce así, que el derecho de la población no fumadora a respirar aire no contaminado por el humo del tabaco prevalece sobre el de las personas fumadoras y, de manera conjunta, se contribuye a la desnormalización del consumo. Si bien el establecimiento de espacios sin humo es una actuación prioritaria de protección de la salud para la población en general, lo es en mayor medida en el caso de las personas menores de edad, las mujeres embarazadas o las personas con enfermedades respiratorias. Cabe señalar la importancia del papel modélico de los profesionales docentes y sanitarios, en su labor educativa, de sensibilización, concienciación y prevención, fomentando modos de vida sin tabaco.

Por otro lado, deben ampliarse las limitaciones a la disponibilidad y accesibilidad a los productos del tabaco y productos relacionados, especialmente para las personas menores de edad y jóvenes. Así, resulta oportuno y necesario introducir nuevas medidas para subsanar las limitaciones y deficiencias de la legislación existente que el paso del tiempo, la progresiva evidencia científica, la mayor sensibilización y concienciación social, y la proliferación y diversificación de las estrategias de venta y promoción de los productos del tabaco y productos relacionados han puesto de manifiesto. En este sentido, productos con alto contenido en sustancias tóxicas deben estar sometidos a un mayor control y fiscalización del que actualmente cuentan y que conlleva importantes carencias.

Asimismo, las medidas relativas a la publicidad y la promoción de los productos del tabaco y productos relacionados, ya sea directa o indirecta, y el patrocinio de diferentes actividades, tienen una probada influencia sobre las conductas personales y los hábitos sociales, por lo que se convierten en un claro elemento de inducción y favorecimiento de su consumo, especialmente en el ámbito infantil y juvenil; por ello se hace necesario

reforzar la limitación en todas las clases y medios de publicidad, ya sean impresos, radiofónicos, televisivos, electrónicos o cinematográficos.

Con el mismo objetivo, la prohibición de la publicidad directa e indirecta y el patrocinio de los productos del tabaco y productos relacionados, representa una de las principales medidas de protección dirigidas a la infancia y a la juventud, y pone de manifiesto la responsabilidad de las autoridades públicas, al limitar el acceso y disponibilidad de un producto, que genera adicción, discapacidad, enfermedad y muerte.

Por último, se incluyen cambios para garantizar la coherencia de la regulación de los productos relacionados con la regulación existente sobre comunicaciones comerciales audiovisuales relativas a productos del tabaco, modificando la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual y respetando el pleno cumplimiento del principio de país de origen consagrado en el artículo 2 de la Directiva 2010/13/UE de Servicios de Comunicación Audiovisual.

Por todo lo expuesto, y teniendo en cuenta la regulación y el rango normativo de las disposiciones citadas, se hace aconsejable la promulgación de una norma general que sistematice la regulación y cuyo rango sea el adecuado a la finalidad pretendida, para lo que se ha optado por la forma de ley.

II

La ley consta de un artículo único, de modificación 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 y de dos disposiciones finales.

Se modifica el artículo 1 ampliando el objeto de la norma a los productos relacionados y a los dispositivos para consumo de tabaco o para consumo de productos relacionados.

Se modifica el artículo 2 incluyendo nuevas definiciones.

Se modifica el artículo 6 incluyendo la prohibición de consumo de productos del tabaco a las personas menores de edad con el fin de intensificar la protección de la salud de la infancia y adolescencia.

Se modifica el artículo 7 ampliando los espacios sin humo a los vehículos utilizados por las personas con ocasión o como consecuencia de su trabajo por cuenta ajena salvo durante su uso exclusivamente personal; centros universitarios y centros de formación de adultos; interiores y exteriores de piscinas de uso colectivo; exteriores de las instalaciones deportivas y recintos donde se desarrollen espectáculos públicos; espacios al aire libre de salas de fiesta, establecimientos de juego o de uso público en general; estaciones de autobuses al aire libre; vehículos de transporte con conductor; espacios del transporte suburbano que se encuentren por completo al aire libre; exteriores de bares, restaurantes y demás establecimientos comerciales; conciertos; salas de teatro, cine y otros espectáculos públicos que se realicen en espacios abiertos; así como una protección reforzada en entornos de espacios sanitarios, culturales, educativos, deportivos, sociales y parques o recintos infantiles.

Se modifica el artículo 9 extendiendo el régimen de publicidad, promoción y patrocinio de los productos del tabaco a los dispositivos para el consumo del tabaco.

Se modifica el artículo 10 ampliando la aplicación de las reglas de denominaciones comunes a los dispositivos para consumo de tabaco.

Se introduce regulación específica para nuevas categorías de productos relacionados en nuestro ordenamiento jurídico; para ello se incorpora un nuevo capítulo III bis, que recoge las limitaciones de venta, suministro y consumo de productos relacionados con la finalidad de actualizar la regulación de estos productos en aras de la protección de la salud pública. Se introduce un nuevo capítulo III ter, que establece la regulación de la publicidad, promoción y patrocinio de productos relacionados, adaptándola a la situación actual.

En el capítulo IV, se modifica el título por «Medidas de prevención del tabaquismo, de promoción de la salud y de facilitación de la cesación tabáquica», y se sustituyen las referencias a «deshabitación tabáquica» por «cesación tabáquica».

Se prevé la creación, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 22 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público, del Observatorio para la Prevención del Tabaquismo, como órgano fundamental de coordinación específica en materia de prevención y control para el mejor cumplimiento de la Ley. Este observatorio, que fue suprimido mediante la Ley 15/2014, de 16 de septiembre, de racionalización del Sector Público y otras medidas de reforma administrativa, se creará con una nueva composición, que permita la necesaria coordinación y colaboración en la materia.

También se realizan modificaciones en el régimen sancionador, las infracciones, las cuantías de las sanciones y las personas responsables recogidas en el capítulo V.

Además, se efectúan modificaciones en disposiciones adicionales de la Ley 28/2005, de 26 de diciembre, ampliando el alcance de la obligación de señalización en centros o dependencias en los que existe prohibición de consumo, extendiéndola a los productos del tabaco y productos relacionados; y estableciéndose los requisitos de consumo en establecimientos penitenciarios y centros psiquiátricos y centros de residencias de mayores o de personas con discapacidad.

Finalmente, la disposición final primera modifica la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual mientras que la disposición final segunda precisa el momento de su entrada en vigor.

III

La presente ley responde a los principios de buena regulación establecidos en el artículo 129 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, concretamente a los de necesidad, eficacia, proporcionalidad, seguridad jurídica, transparencia y eficiencia.

Desde el punto de vista de la necesidad y eficacia, esta norma constituye el instrumento más adecuado para abordar de forma integral la regulación en materia de control y prevención del tabaquismo. Se regulan de manera unitaria aspectos como la venta, el suministro, la publicidad, la promoción, el patrocinio y el consumo de los productos del tabaco y productos relacionados. Esta decisión se adopta tras el análisis de diversas alternativas normativas, y tiene como objetivo evitar la dispersión regulatoria y garantizar una mayor coherencia y claridad del ordenamiento, contribuyendo a la simplificación administrativa y normativa.

En lo que respecta al principio de proporcionalidad, la ley contiene las disposiciones estrictamente necesarias para satisfacer los objetivos de protección de la salud pública que la motivan. Asimismo, se refuerza el principio de seguridad jurídica al consolidar un marco normativo claro, estable y predecible, que tiene su origen en la ley aprobada en el año 2005, cuyo propósito fue superar el carácter fragmentado y asistemático de la normativa anterior. Este marco ha sido objeto de modificaciones posteriores, entre las que destaca la reforma de 2017, en la que se incorporaron los dispositivos susceptibles de liberación de nicotina. La presente ley actualiza y amplía ese marco normativo incluyendo expresamente los productos relacionados, en respuesta a la evolución del mercado y del consumo. Específicamente, se avanza en la equiparación normativa del tabaco con otros productos relacionados debido a sus efectos directos en salud para las personas consumidoras y en las personas fumadoras pasivos, así como en la visibilidad del consumo.

Con el propósito de reforzar tanto la seguridad jurídica como la coherencia con el derecho de la Unión Europea, se adecúa la terminología empleada a la utilizada en la Directiva 2014/40/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 3 de abril de 2014, relativa a la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros en materia de fabricación, presentación y venta de los

productos del tabaco y los productos relacionados y por la que se deroga la Directiva 2001/37/CE. En particular, se sustituye la expresión «dispositivos susceptibles de liberación de nicotina» por la de «cigarrillo electrónico», y se introduce el concepto de «productos relacionados», ambos términos contemplados en la citada directiva, pero hasta ahora ausentes en la legislación nacional. Además, se incorpora la referencia a los dispositivos utilizados en el consumo de productos de tabaco calentado y productos relacionados, con el objetivo de aclarar su situación jurídica y resolver la inseguridad generada por la existencia de pronunciamientos judiciales contradictorios sobre su naturaleza jurídica.

En aplicación del principio de transparencia y de conformidad con la Ley 50/1997, de 27 de noviembre, del Gobierno, se han llevado a cabo los trámites de consulta pública previa, así como el procedimiento de audiencia e información pública. Ambos procesos se han desarrollado mediante la publicación del borrador del anteproyecto en la sede electrónica del Ministerio de Sanidad, garantizando así la participación de la ciudadanía y de los sectores afectados. En el proceso de audiencia e información pública se han recabado los informes de las comunidades autónomas y ciudades de Ceuta y Melilla y se ha contado con la participación de organizaciones empresariales, sociedades científicas y entidades sociales. Asimismo, se ha realizado la notificación de la normativa a los Estados miembros de la UE en base a la Directiva (UE) 2015/1535 del Parlamento Europeo y del Consejo de 9 de septiembre de 2015 por la que se establece un procedimiento de información en materia de reglamentaciones técnicas y de reglas relativas a los servicios de la sociedad de la información.

Por último, la ley observa el principio de eficiencia, al no imponer cargas administrativas adicionales que no sean estrictamente necesarias para garantizar que todos los productos del tabaco y productos relacionados presentes en el mercado, así como los operadores que intervienen en su comercialización, cumplan con los requisitos sanitarios establecidos.

Esta norma tiene carácter de legislación básica en materia de protección del derecho a la salud y se dicta al amparo del artículo 149.1.16.^a de la Constitución Española, que atribuye al Estado la competencia sobre las bases y coordinación general de la sanidad. Asimismo, se sustenta en otros títulos competenciales reconocidos en el artículo 149.1 de la Constitución, concretamente en sus apartados 1.^a, 9.^a, 18.^a, y 27.^a

Artículo único. Modificación 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.

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, queda modificada como sigue:

Uno. Se modifica la letra a) del artículo 1, que queda redactada del siguiente modo:

«a) Establecer, con carácter básico, las limitaciones, siempre que se trate de operaciones al por menor, en la venta, suministro y consumo de los productos del tabaco y productos relacionados, así como los dispositivos para su consumo, además de regular la publicidad, la promoción y el patrocinio de dichos productos, para proteger la salud de la población.»

Dos. Se modifica la letra f) del artículo 2 y se añaden nuevas letras h) (bis), k, l, m, n, ñ, o, p, que queda redactado del siguiente modo:

«f) Cigarrillo electrónico: cualquier producto susceptible de liberación de nicotina, o cualquiera de sus componentes, incluidos un cartucho, un depósito y el dispositivo sin cartucho o depósito, que pueda utilizarse para el consumo de vapor que contenga nicotina a través de una boquilla. Los cigarrillos electrónicos pueden

ser desechables o recargables mediante un envase de recarga y un depósito, o recargables con cartuchos de un solo uso.

h) Envase de recarga: un receptáculo de líquido que contiene a su vez nicotina, el cual puede utilizarse para recargar un cigarrillo electrónico.

h) (bis) Envase de recarga sin nicotina: un receptáculo de líquido que no contiene nicotina, el cual puede utilizarse para recargar un cigarrillo electrónico sin nicotina.

k) Producto relacionado: Producto relacionado con los productos de tabaco, sin que lo contenga, que se utilice con carácter recreativo y/o que imite el acto de fumar, lo induzca o guarde relación en cuanto a su consumo tradicional y/o social, y entre los que cabe citar, sin carácter exclusivo, los cigarrillos electrónicos con y sin nicotina, los productos a base de hierbas para fumar/shisha, las bolsas de nicotina y cualquier otro producto con nicotina, ya sea natural o sintética, o sin ella.

l) Bolsa de nicotina: un producto para uso oral sin tabaco, compuesto total o parcialmente por nicotina sintética o natural, mezclada con fibras vegetales o un sustrato equivalente, y presentado en forma de polvo, fibras, partículas o pasta, o una combinación de estas formas, en sobres monodosis, en sobres porosos, comprimidos o en forma equivalente, sin estar destinados a fumarse.

m) Cigarrillo electrónico sin nicotina: un producto, o cualquiera de sus componentes, incluidos un cartucho, un depósito y el dispositivo sin cartucho o depósito, que pueda utilizarse para el consumo de vapor a través de una boquilla. Los cigarrillos electrónicos sin nicotina pueden ser desechables o recargables mediante un envase de recarga y un depósito, o recargables con cartuchos de un solo uso.

n) Cigarrillo electrónico o cigarrillo electrónico sin nicotina desechable o de un solo uso: dispositivo provisto de un líquido, con o sin nicotina, listo para su consumo y destinado para ser desechado tras su uso.

ñ) Producto a base de hierbas calentadas: producto sin tabaco, con o sin nicotina, utilizado para la inhalación de un aerosol, compuesto por un dispositivo electrónico y una recarga en stick, cigarro, cápsula u otro formato que contiene un sustrato a base de hierbas u otras fibras vegetales en estado seco o con muy baja humedad, que contiene o no nicotina añadida de forma artificial.

o) Dispositivo para consumo de tabaco o productos relacionados: aparato destinado de forma exclusiva o preferente para consumir productos del tabaco o productos relacionados, de manera que dichos productos no podrían ser consumidos sin el dispositivo. En especial, tienen la consideración de dispositivos los aparatos utilizados para el consumo de tabaco o hierbas mediante un proceso de calentamiento o combustión.

p) Tienda especializada: Comercio destinado a la puesta a disposición al consumidor final de productos relacionados con el tabaco y que cumplan los requisitos establecidos por una orden ministerial, en especial, el relativo al porcentaje de facturación y su origen en la venta de estos.»

Tres. Se modifica el artículo 6, que queda redactado del siguiente modo:

«Artículo 6. *Limitaciones al consumo de los productos del tabaco.*

1. Se prohíbe el consumo de productos del tabaco por personas menores de dieciocho años.

2. El consumo de productos del tabaco deberá hacerse exclusivamente en aquellos lugares o espacios en los que no esté prohibido.»

Cuatro. Se modifica el artículo 7, que queda redactado del siguiente modo:

«Artículo 7. *Prohibición de fumar.*

1. Se prohíbe fumar, así como el consumo de tabaco y el uso de sus dispositivos, además de en aquellos lugares o espacios definidos en la normativa de las Comunidades Autónomas, en:

a) Centros de trabajo públicos y privados, salvo en los espacios al aire libre, y en los vehículos utilizados por las personas con ocasión o como consecuencia de su trabajo por cuenta ajena salvo durante su uso exclusivamente personal.

b) Centros y dependencias de las Administraciones públicas y entidades de Derecho público.

c) Centros, servicios o establecimientos sanitarios, así como en los espacios al aire libre o cubiertos, comprendidos en sus recintos.

d) Centros educativos y formativos, centros universitarios, centros de investigación y centros de formación de adultos.

e) Instalaciones deportivas, piscinas de uso colectivo y recintos donde se desarrollen espectáculos públicos, tanto en interiores como en exteriores.

f) Zonas destinadas a la atención directa al público.

g) Centros comerciales, incluyendo grandes superficies y galerías, salvo en los espacios al aire libre.

h) Centros de atención social.

i) Centros de ocio o esparcimiento, salvo en los espacios al aire libre.

j) Centros culturales, salas de lectura, exposición, biblioteca, conferencias y museos.

k) Salas de fiesta, establecimientos de juego o de uso público en general.

l) Áreas o establecimientos donde se elaboren, transformen, preparen, degusten o vendan alimentos.

m) Ascensores y elevadores.

n) Cabinas telefónicas, recintos de los cajeros automáticos y otros espacios cerrados de uso público de reducido tamaño. Se entiende por espacio de uso público de reducido tamaño aquel que no ocupe una extensión superior a cinco metros cuadrados.

ñ) Estaciones de autobuses, andenes y marquesinas, vehículos o medios de transporte colectivo urbano e interurbano, vehículos de transporte de empresa, taxis, vehículos de transporte con conductor, ambulancias, funiculares y teleférico.

o) Todos los espacios del transporte suburbano (vagones, andenes, pasillos, escaleras, estaciones, etc.).

p) Estaciones y medios de transporte ferroviario.

q) Puertos, medios de transporte marítimo y aeropuertos, salvo en los espacios que se encuentren al aire libre, y en aeronaves que circulen en espacio aéreo de soberanía española, así como en aeronaves con matrícula española en espacio aéreo internacional o sujeto a soberanía de otros Estados.

r) Estaciones de servicio y similares.

s) Cualquier otro lugar en el que, por mandato de esta Ley o de otra norma o por decisión de su titular, se prohíba fumar.

t) Hoteles, hostales y establecimientos análogos, salvo en los espacios al aire libre diferentes a los contemplados en la letra u) de este artículo. No obstante, podrán habilitarse habitaciones fijas para personas fumadoras, siempre que cumplan con los requisitos establecidos en el artículo 8.

u) Bares, restaurantes y demás establecimientos comerciales de restauración, tanto en interiores como en exteriores.

v) Salas de teatro, cine, conciertos y otros espectáculos públicos.

w) Recintos de los parques infantiles y áreas o zonas de juego para la infancia, entendiendo por tales los espacios al aire libre acotados que contengan equipamiento o acondicionamientos destinados específicamente para el juego y esparcimiento de personas menores de edad.

x) En todas las playas marítimas y fluviales y Parques Nacionales.

y) En todos los demás espacios cerrados de uso público o colectivo.

2. Igualmente, por tratarse de entornos de protección reforzada, se considerará prohibido consumir productos del tabaco en un radio que diste menos de 15 metros alrededor de los accesos a los edificios públicos, centros sanitarios públicos y privados, centros sociales públicos y privados, centros educativos, universidades, centros de investigación, museos, bibliotecas y otros centros de enseñanza o culturales públicos o privados, centros deportivos públicos o privados y parques o recintos infantiles.»

Cinco. Se modifica el artículo 9, que queda redactado del siguiente modo:

«Artículo 9. Limitaciones de la publicidad, promoción y patrocinio de los productos del tabaco.

1. Queda prohibido el patrocinio de los productos del tabaco y de los dispositivos para su consumo, así como toda clase de publicidad y promoción de los citados productos en todos los medios y soportes, incluidas las máquinas expendedoras y los servicios de la sociedad de la información, con las siguientes excepciones:

a) Las publicaciones destinadas exclusivamente a los profesionales que intervienen en el comercio del tabaco.

b) Las presentaciones de productos del tabaco a profesionales del sector en el marco de la Ley 13/1998, de 4 de mayo, de ordenación del mercado de tabacos y normativa tributaria, así como la promoción de dichos productos en las expendedorías de tabaco y timbre del Estado, siempre que no tenga como destinatarios a las personas menores de edad ni suponga la distribución gratuita de tabaco o de bienes y servicios relacionados exclusivamente con productos del tabaco o con su consumo 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 venta al público de la unidad del envasado del 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 emplearse cartelería que, por sus características y ubicación, sea visible o percibida desde el exterior de los estancos y tiendas especializadas, ni dirigirse al exterior.

c) Las publicaciones que contengan publicidad de productos del tabaco y de los dispositivos para su consumo, editadas o impresas en países que no forman parte de la Unión Europea, siempre que dichas publicaciones no estén destinadas principalmente al mercado comunitario, salvo que estén dirigidas principalmente a las personas menores de edad.

2. Se prohíbe, fuera de la red de expendedorías de tabaco y timbre del Estado, la distribución gratuita o promocional de productos, bienes o servicios o cualquier otra actuación, cuyo objetivo o efecto directo o indirecto, principal o secundario, sea la promoción de un producto del tabaco.

3. Se prohíbe en los medios de comunicación, incluidos los prestadores del servicio de comunicación audiovisual establecidos en España de acuerdo con la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual, así como los

servicios de la sociedad de la información establecidos en España de acuerdo con la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico, la emisión de programas, vídeos o de imágenes en los que presentadores, colaboradores o invitados:

a) Aparezcan fumando, consumiendo o mostrando productos del tabaco o los dispositivos para su consumo.

b) Mencionen o muestren, directa o indirectamente, marcas, nombres comerciales, logotipos u otros signos identificativos o asociados a productos del tabaco o de los dispositivos para su consumo. En el caso de aquellos contenidos que tengan la consideración de comunicaciones comerciales audiovisuales de conformidad con el artículo 121 de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual, se regirán por lo previsto en dicha ley.»

Seis. Se modifica el artículo 10, queda redactado del siguiente modo:

«Artículo 10. *Reglas aplicables a denominaciones comunes.*

Queda prohibido el empleo de nombres, marcas, símbolos o cualesquiera otros signos distintivos que sean utilizados para identificar en el tráfico productos del tabaco, así como sus dispositivos, y, simultáneamente, otros bienes o servicios y sean comercializados u ofrecidos por una misma empresa o grupo de empresas.

A tal efecto, se considerarán pertenecientes a un mismo grupo las empresas que constituyan una unidad de decisión, porque alguna de ellas ejerza o pueda ejercer, directa o indirectamente, el control de las demás, o porque dicho control corresponda a una o varias personas físicas que actúen sistemáticamente en concierto. Se presumirá que existe en todo caso unidad de decisión cuando concorra alguno de los supuestos previstos en el apartado 1 del artículo 42 del Código de Comercio y en el artículo 4 de la Ley 24/1988, de 28 de julio, del Mercado de Valores.».

Siete. Se incorpora un nuevo capítulo III bis, con la siguiente rúbrica y contenido:

«CAPÍTULO III bis

Limitaciones a la venta, suministro y consumo de productos relacionados

Artículo 10 bis. Limitaciones al consumo de los productos relacionados.

El consumo de productos relacionados, a excepción de bolsas de nicotina, queda sometido a las mismas previsiones establecidas para el consumo del tabaco que se recogen en los artículos 6, 7 y 8. A las bolsas de nicotina les será de aplicación lo dispuesto en el artículo 6.1.»

Ocho. Se incorpora un nuevo capítulo III ter, con la siguiente rúbrica y contenido:

«CAPÍTULO III ter

Regulación de la publicidad, promoción y patrocinio de los productos relacionados

Artículo 10 ter. Limitaciones de la publicidad, promoción y patrocinio de los productos relacionados.

1. Queda prohibido el patrocinio de los productos relacionados y de los dispositivos para su consumo, así como toda clase de publicidad y promoción de los citados productos en todos los medios y soportes, incluidas las máquinas

expendedoras y los servicios de la sociedad de la información, con las siguientes excepciones:

a) Las publicaciones destinadas exclusivamente a profesionales que intervienen en el comercio de productos relacionados y de los dispositivos para su consumo.

b) Las presentaciones de productos relacionados a profesionales del sector, así como la promoción de dichos productos en las expendedorías de tabaco y timbre del Estado y tiendas especializadas, siempre que no tenga como destinatarios a personas menores de edad ni suponga la distribución gratuita de estos productos o de bienes y servicios relacionados exclusivamente con estos productos o con su consumo o que lleven aparejados nombres, marcas, símbolos o cualesquiera otros signos distintivos que sean utilizados para los productos del tabaco y productos relacionados. En todo caso, el valor o precio de los bienes o servicios citados no podrá ser superior al cinco por ciento del precio de venta al público de la unidad del envasado de los productos que se pretendan promocionar.

En ningún caso, dichas actividades podrán realizarse en los escaparates ni extenderse fuera de dichos establecimientos, ni emplearse cartelería que, por sus características y ubicación, sea visible o percibida desde el exterior de los estancos y tiendas especializadas.

c) Las publicaciones que contengan publicidad de productos relacionados y los dispositivos para su consumo, editadas o impresas en países que no forman parte de la Unión Europea, siempre que dichas publicaciones no estén destinadas principalmente al mercado comunitario, salvo que estén dirigidas principalmente a personas menores de edad.

2. Se prohíbe, fuera de la red de expendedorías de tabaco y timbre del Estado y tiendas especializadas, y la distribución gratuita o promocional de productos, bienes o servicios o cualquier otra actuación, cuyo objetivo o efecto directo o indirecto, principal o secundario, sea la promoción de productos relacionados o de dispositivos para su consumo.

3. Se prohíbe en los medios de comunicación, incluidos los prestadores del servicio de comunicación audiovisual establecidos en España de acuerdo con la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual, así como los servicios de la sociedad de la información establecidos en España de acuerdo con la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico, la emisión de programas, vídeos o de imágenes en los que presentadores, colaboradores o invitados:

a) Aparezcan consumiendo o mostrando productos relacionados o sus dispositivos para su consumo.

b) Mencionen o muestren, directa o indirectamente, marcas, nombres comerciales, logotipos u otros signos identificativos o asociados a productos relacionados o de los dispositivos para su consumo. En el caso de aquellos contenidos que tengan la consideración de comunicaciones comerciales audiovisuales de conformidad con el artículo 121 de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual, se regirán por lo previsto en dicha ley.

Artículo 10 quater. *Reglas aplicables a denominaciones comunes.*

Queda prohibido el empleo de nombres, marcas, símbolos o cualesquiera otros signos distintivos que sean utilizados para identificar en el tráfico productos relacionados, así como sus dispositivos y, simultáneamente, otros bienes o servicios y sean comercializados u ofrecidos por una misma empresa o grupo de empresas.

A tal efecto, se considerarán pertenecientes a un mismo grupo las empresas que constituyan una unidad de decisión, porque alguna de ellas ejerza o pueda ejercer, directa o indirectamente, el control de las demás, o porque dicho control corresponda a una o varias personas físicas que actúen sistemáticamente en concierto. Se presumirá que existe en todo caso unidad de decisión cuando concorra alguno de los supuestos previstos en el apartado 1 del artículo 42 del Código de Comercio y en el artículo 4 de la Ley 24/1988, de 28 de julio, del Mercado de Valores.»

Nueve. Se modifica el título del capítulo IV, que queda redactado de la siguiente forma:

«CAPÍTULO IV

Medidas de prevención del tabaquismo, de promoción de la salud y de facilitación de la cesación tabáquica»

Diez. Se modifica el artículo 12, que queda redactado del siguiente modo:

«Artículo 12. *De los programas de cesación tabáquica.*

Las Administraciones públicas competentes promoverán el desarrollo de programas sanitarios para la cesación tabáquica en la red asistencial sanitaria, en especial en la atención primaria. Asimismo, se promoverán los programas de promoción del abandono del consumo de tabaco en centros educativos, instituciones docentes, centros sanitarios, centros de trabajo y entornos deportivos y de ocio. La creación de unidades de cesación tabáquica se potenciará y promoverá en el seno del Consejo Interterritorial del Sistema Nacional de Salud, que también definirá los grupos prioritarios que resulten más vulnerables.

El acceso a tratamientos de cesación tabáquica, cuya eficacia y coste-efectividad haya sido avalada por la evidencia científica, se potenciará y promoverá en el seno del Consejo Interterritorial del Sistema Nacional de Salud, valorando, en su caso, su incorporación a la cartera de servicios del Sistema Nacional de Salud.»

Once. Se modifica el artículo 16, que queda redactado del siguiente modo:

«Artículo 16. *Del Observatorio para la Prevención del Tabaquismo.*

Se creará el Observatorio para la Prevención del Tabaquismo, como órgano colegiado interadministrativo, con la participación de la Dirección General de Salud Pública y Equidad en Salud del Ministerio de Sanidad, el Comisionado para el Mercado de Tabacos del Ministerio de Hacienda, el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, el Centro de Investigación y Control de la Calidad del Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030, el Instituto de Salud Carlos III, las Comunidades Autónomas, sociedades científicas, asociaciones de consumidores y organizaciones no gubernamentales.

En la composición del Observatorio se atenderá al principio de presencia equilibrada de mujeres y hombres, salvo por razones fundadas y objetivas, debidamente motivadas.

Las funciones del Observatorio serán, entre otras:

- a) Proponer las iniciativas, programas y actividades a realizar para lograr los objetivos de la Ley.
- b) Establecer los objetivos de reducción de la prevalencia del tabaquismo y de consumo de productos relacionados.

c) Elaborar un informe bienal sobre la situación, aplicación, resultados y cumplimiento de esta Ley.

d) Coordinación y colaboración entre las autoridades competentes respecto a registros sanitarios y de comercialización y consumo.

En el desarrollo de estas funciones, se tendrá en cuenta la variable de sexo, incorporando información desagregada por sexo.»

Doce. Se modifica el artículo 17, que queda redactado de la siguiente forma:

«Artículo 17. *Del destino de las sanciones impuestas.*

Las Administraciones competentes podrán destinar los importes por la recaudación de sanciones, dispuestas conforme a lo establecido en esta Ley, al desarrollo de programas de investigación, de educación, de prevención, de programas de control del tabaco y de facilitación de la cesación tabáquica.»

Trece. Se modifica el apartado 1 y el primer párrafo del apartado 2 del artículo 18, que queda redactado de la siguiente forma:

«1. La potestad sancionadora regulada en esta Ley se ejercerá, en todo lo no previsto en ella, de conformidad con lo dispuesto en la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, en la Ley 40/2025, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público y en la Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad, todo ello sin perjuicio de las responsabilidades civiles, penales o de otro tipo que puedan concurrir.

2. En los procedimientos sancionadores por infracciones graves o muy graves se podrán adoptar, con arreglo a la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, y sus normas de desarrollo, y sin perjuicio de las que pudieran establecer las normas de las Comunidades Autónomas, las medidas de carácter provisional previstas en dichas normas que se estimen necesarias para asegurar la eficacia de la resolución que definitivamente se dicte, el buen fin del procedimiento, evitar el mantenimiento de los efectos de la infracción y las exigencias de los intereses generales. En particular, podrán acordarse las siguientes:»

Catorce. Se modifica el artículo 19, que queda redactado de la siguiente forma:

«Artículo 19. *Infracciones.*

1. Las infracciones por incumplimiento de lo previsto en esta Ley se clasifican en leves, graves y muy graves.

2. Se considerarán infracciones leves:

a) Fumar o consumir productos relacionados, excluyendo bolsas de nicotina, en los lugares en que exista prohibición o fuera de las zonas habilitadas al efecto.

b) No disponer o no exponer en lugar visible en los establecimientos en los que esté autorizada la venta de productos del tabaco y productos relacionados los carteles que informen de la prohibición de venta de tabaco y productos relacionados a personas menores de dieciocho años y adviertan sobre los perjuicios para la salud derivados del uso del tabaco y productos relacionados.

c) Que las máquinas expendedoras no dispongan de la preceptiva advertencia sanitaria o no cumplan con las características legalmente preceptivas.

d) No informar en la entrada de los establecimientos de la prohibición de fumar o consumir productos relacionados, excluyendo bolsas de nicotina, o no cumplir el resto de obligaciones formales a que se refiere esta Ley.

e) La venta o comercialización de productos del tabaco y productos relacionados por personas menores de edad.

f) El consumo de tabaco y productos relacionados por personas menores de edad.

3. Se considerarán infracciones graves:

a) Habilitar zonas para fumar o consumir productos relacionados en establecimientos y lugares donde no esté permitida su habilitación.

b) Permitir fumar o consumir productos relacionados en los lugares en los que existe prohibición de hacerlo.

c) La acumulación de tres infracciones de las previstas en el apartado 2.a) del presente artículo.

d) La comercialización, venta y suministro de cigarrillos y cigarritos no provistos de capa natural en unidades de empaquetamiento de venta inferior a 20 unidades, así como por unidades individuales.

e) La venta y suministro de cigarros y cigarritos provistos de capa natural por unidades en aquellos lugares en los que ello no esté permitido.

f) La entrega o distribución de muestras de cualquier producto del tabaco o productos relacionados, sean o no gratuitas.

g) La instalación o emplazamiento de máquinas expendedoras de labores de tabaco en lugares expresamente prohibidos.

h) El suministro o dispensación a través de máquinas expendedoras de tabaco de productos distintos a los productos del tabaco.

i) La venta y suministro de productos del tabaco mediante la venta a distancia o procedimientos similares, excepto la venta a través de máquinas expendedoras.

j) La distribución gratuita o promocional, fuera de la red de expendedurías de tabaco y timbre del Estado, de productos, bienes o servicios con la finalidad o efecto directo o indirecto de promocionar un producto del tabaco.

j (bis) La distribución gratuita o promocional, fuera de tiendas especializadas, de productos, bienes o servicios con la finalidad o efecto directo o indirecto de promocionar un producto relacionado.

k) La venta de productos del tabaco y productos relacionados con descuento.

l) La venta o entrega a personas menores de dieciocho años de productos del tabaco y productos relacionados, así como sus dispositivos, o de productos que imiten productos del tabaco e induzcan a fumar o consumir productos relacionados, así como de dulces, refrigerios, juguetes y otros objetos que tengan forma de productos del tabaco o productos relacionados y puedan resultar atractivos para las personas menores de edad.

m) Permitir a las personas menores de dieciocho años el uso de máquinas expendedoras de productos del tabaco o productos relacionados.

n) Que las máquinas expendedoras no dispongan del mecanismo adecuado de activación o puesta en marcha por el titular del establecimiento.

ñ) La distribución gratuita o promocional de productos, bienes o servicios con la finalidad o efecto directo o indirecto de promocionar un producto del tabaco o productos relacionados a personas menores de dieciocho años.

o) La comercialización de bienes o servicios utilizando nombres, marcas, símbolos u otros signos distintivos ya utilizados para un producto del tabaco y productos relacionados en condiciones distintas de las permitidas en el artículo 10.

p) La comercialización de productos del tabaco o productos relacionados utilizando el nombre, la marca, el símbolo o cualquier otro signo distintivo de cualquier otro bien o servicio en condiciones distintas de las permitidas en esta Ley.

q) La venta, cesión o suministro de productos del tabaco y productos relacionados incumpliendo las demás prohibiciones o limitaciones establecidas en esta Ley.

r) La distribución gratuita en las expendedurías de tabaco y timbre del Estado de bienes y servicios relacionados exclusivamente con productos del tabaco o con el hábito de fumar o consumir productos relacionados o que lleven aparejados nombres, marcas, símbolos o cualesquiera otros signos distintivos que sean utilizados para los productos del tabaco o productos relacionados.

r (bis) La distribución gratuita en las tiendas especializadas y servicios relacionados exclusivamente con productos relacionados o con el hábito de fumar o consumir productos relacionados o que lleven aparejados nombres, marcas, símbolos o cualesquiera otros signos distintivos que sean utilizados para los productos del tabaco o productos relacionados.

s) La comercialización de tabaco de uso oral.

t) No cumplir los requisitos reglamentariamente exigidos en materia de comunicación de la información por parte de los fabricantes e importadores de productos de tabaco, de los cigarrillos electrónicos y envases de recarga y de los productos a base de hierbas para fumar y de hierbas calentadas y de bolsas de nicotina.

u) No cumplir los requisitos reglamentariamente exigidos en materia de registro de los fabricantes, importadores y distribuidores de los cigarrillos electrónicos y envases de recarga y de los productos a base de hierbas para fumar y de hierbas calentadas y de bolsas de nicotina.

v) No cumplir los requisitos reglamentariamente exigidos en materia de presentación y comercialización por parte de los fabricantes e importadores de productos a base de hierbas para fumar.

w) El incumplimiento de los requisitos reglamentariamente exigidos en materia de fabricación, presentación, comercialización, calidad y seguridad de los productos del tabaco y de los cigarrillos electrónicos y envases de recarga y de hierbas calentadas y de bolsas de nicotina.

x) La venta a distancia transfronteriza de productos relacionados.

4. Son infracciones muy graves la publicidad, promoción y patrocinio de los productos del tabaco o de los productos relacionados, así como de los dispositivos necesarios para su consumo, en todos los medios, incluidos los servicios de la sociedad de la información, salvo los supuestos previstos en el artículo 9.1.»

Quince. Se modifica el apartado 1 del artículo 20, que queda redactado de la siguiente forma:

«1. Las infracciones leves se sancionarán con multa de 200 a 600 euros, salvo la consistente en fumar en lugares prohibidos distintos de los medios de transporte aéreo, marítimo o terrestre de ámbito supraautonómico o internacional prevista en el artículo 19.2.a), que será sancionada con multa de hasta 200 euros si la conducta infractora se realiza de forma aislada; las graves, con multa desde 601 euros hasta 10.000 euros, y las muy graves, desde 10.001 euros hasta 600.000 euros.»

Dieciséis. Se modifican los apartados 2, 3 y 6 del artículo 21 que quedan redactados de la siguiente forma:

«2. En el caso de las infracciones tipificadas en el artículo 19.2.b), d) y e) y 19.3.a) serán responsables los titulares de los establecimientos en los que se cometa la infracción.

3. De las infracciones tipificadas en el artículo 19.2.c) y 19.3.n) responderán solidariamente el fabricante, el importador, en su caso, el distribuidor y el

explotador de la máquina. De la infracción tipificada en el artículo 19.2. f) responderá subsidiariamente los padres, madres, personas tutoras o guardadoras. La responsabilidad subsidiaria consiste en sufragar la cuantía pecuniaria de la multa impuesta. No obstante, resultará posible sustituir el pago de la sanción mediante la participación en programas preventivos o asistenciales o por la realización de trabajos en beneficio de la comunidad.

6. En el caso de la infracción tipificada en el artículo 19.3.l) de entrega a personas menores de dieciocho años de productos del tabaco y productos relacionados, será responsable quien hubiera realizado la entrega al menor.»

Diecisiete. Se modifican los apartados 1, 3 y 5 del artículo 22 que quedan redactados del siguiente modo:

«1. La Administración General del Estado ejercerá las funciones de inspección y control, de oficio o a demanda de parte, así como la instrucción de expedientes sancionadores e imposición de sanciones, en el ámbito del transporte aéreo, marítimo o terrestre, cuando éstos se desarrollen en el marco supraautonómico o internacional, así como en todos aquellos recintos, dependencias o medios que, por sus características, excedan del ámbito competencial de las Comunidades Autónomas y Ciudades con Estatuto de Autonomía, así como en los casos en que intervengan operadores radicados en diferentes Comunidades Autónomas o Ciudades con Estatuto de Autonomía, en otros Estados miembros de la Unión Europea o en países o territorios terceros.

3. Las competencias sancionadoras de los órganos a que se refiere este artículo se entienden sin perjuicio de las que corresponden al Comisionado para el Mercado de Tabacos de acuerdo con la Ley 13/1998, de 4 de mayo, de Ordenación del Mercado de Tabacos y Normativa Tributaria y otras disposiciones aplicables.

Entre otras, corresponden al Comisionado para el Mercado de Tabacos las competencias de control, inspección y sanción en materia de emisiones, ingredientes, aditivos, etiquetados, envasados, presentaciones, trazabilidad y medidas de seguridad de los productos del tabaco, así como de los productos de tabaco novedosos y tabaco de uso oral. Ello sin perjuicio de las competencias sancionadoras de la Agencia Estatal de la Administración Tributaria en incumplimientos de la normativa sobre marcas fiscales sobre las que se incorporan dichas medidas de seguridad.

5. Las infracciones que se cometan a través de servicios o dispositivos de la sociedad de la información serán sancionadas por el órgano correspondiente del Ministerio de Sanidad sin perjuicio de las que correspondan al Comisionado para el Mercado de Tabacos.»

Dieciocho. Se modifica el apartado 2 del artículo 23 que queda redactado de la siguiente forma:

«2. En materia de publicidad, cualquier persona natural o jurídica que resulte afectada y, en general, quienes fueran titulares de un derecho subjetivo o un interés legítimo podrán solicitar la cesación de la publicidad contraria a esta Ley, en los términos previstos, según proceda, en la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual y Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico.»

Diecinueve. Se modifica la disposición adicional tercera, que queda redactada del siguiente modo:

«Disposición adicional tercera. Señalización de los centros o dependencias en los que existe prohibición de consumo de productos del tabaco y productos relacionados y zonas habilitadas para el consumo de dichos productos.»

En los centros o dependencias en los que existe prohibición legal de consumir productos del tabaco y productos relacionados deberán colocarse en su entrada, en lugar visible, carteles que anuncien la prohibición del consumo de tabaco y productos relacionados y los lugares, en los que, en su caso, se encuentren las zonas habilitadas para su consumo. Estos carteles estarán redactados en castellano y en la lengua cooficial con las exigencias requeridas por las normas autonómicas correspondientes.»

Veinte. Se modifica la disposición adicional sexta, que queda redactada de la siguiente manera:

«Disposición adicional sexta. Régimen especial de los establecimientos penitenciarios.»

Se exceptúa de lo dispuesto en el artículo 5.a), a las expendedorías de tabaco y timbre a que se refiere la disposición adicional séptima.2 de la Ley 13/1998, de 4 de mayo, de Ordenación del Mercado de Tabacos y Normativa Tributaria.

En los establecimientos penitenciarios se permite consumir tabaco a las personas privadas de libertad en las zonas exteriores de sus edificios al aire libre, o en las salas cerradas habilitadas al efecto, que deberán estar debida y visiblemente señalizadas y contar con ventilación independiente o con otros dispositivos para la eliminación de humos.»

Veintiuno. Se modifica la disposición adicional octava, que queda redactada de la siguiente forma:

«Disposición adicional octava. Centros o establecimientos psiquiátricos.»

En los establecimientos psiquiátricos de media y larga estancia se permite consumir productos del tabaco y productos relacionados a pacientes en las zonas exteriores de sus edificios al aire libre, o en una sala cerrada habilitada al efecto, que habrá de estar debida y visiblemente señalizada y contar con ventilación independiente o con otros dispositivos para la eliminación de humos.»

Veintidós. Se suprime la disposición adicional novena.

Veintitrés. Se modifica la disposición adicional décima que pasa a ser la disposición adicional novena, con la siguiente redacción:

«Disposición adicional novena. Centros residenciales de mayores o de personas con discapacidad.»

En los centros residenciales de mayores o de personas con discapacidad, se podrá habilitar una zona específica para consumidores de productos del tabaco y productos relacionados, cuyo uso será exclusivo para residentes y deberá estar debida y visiblemente señalizada y contar con ventilación independiente o con otros dispositivos para la eliminación de humos, no pudiendo extenderse el permiso de consumo a las habitaciones ni al resto de las zonas comunes en dichos centros.»

BOLETÍN OFICIAL DE LAS CORTES GENERALES

CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

Serie A Núm. 111-1

11 de septiembre de 2026

Pág. 18

Veinticuatro. Se añade una disposición adicional décima, con la siguiente redacción:

«Disposición adicional décima. *Obligaciones de señalización.*

Se establece un periodo de dos meses para el cumplimiento de las obligaciones de señalización previstas en la presente norma.»

Veinticinco. Se añade una disposición adicional undécima, con la siguiente redacción:

«Disposición adicional undécima. *Venta de productos relacionados con el tabaco.*

La venta y suministro de productos relacionados con el tabaco solo podrá realizarse en tiendas especializadas.»

Veintiséis. Se suprimen las disposiciones adicionales duodécima y decimotercera.

Disposición final primera. *Modificación de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual.*

Se modifica el apartado 1 del artículo 123 de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual, que queda redactado como sigue:

«1. Se prohíbe la comunicación comercial audiovisual de cigarrillos y demás productos de tabaco, de productos relacionados o de los dispositivos para su consumo, incluidos los cigarrillos electrónicos y sus envases de recarga, y de los productos a base de hierbas para fumar, así como de las empresas que los producen.»

Disposición final segunda. *Entrada en vigor.*

La presente Ley entrará en vigor a los veinte días de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado».

cve: BOCG-15-A-111-1