

LA OBLIGACIÓN GENERAL DE LA NUEVA LEY ANTITABACO

El Plan Nacional de Prevención y Control del Tabaquismo 2002-2007 recoge, entre otras cosas, un fuerte incremento de los precios, la prohibición de fumar en lugares públicos y la promoción de nuevos hábitos en las empresas.

La Ley limita la **venta, suministro y consumo** de los productos del tabaco, la regulación de la publicidad, promoción y patrocinio de los mismos y el régimen de las infracciones y sanciones.

Particularmente, esta Ley afecta al sector de la hostelería, en cuanto **limita la venta y suministro** y las tabaquerías afirman que los bares y restaurantes (conocidos como el segundo canal) representan un tercio aproximado de las ventas. En este sentido, esta Ley dispone que la venta y suministro al por menor de productos de tabaco sólo **podrá realizarse en la Red de Expendedurías de Tabaco y Timbre y en aquellos establecimientos que cuenten con las autorizaciones administrativas** oportunas, quedando expresamente prohibido en cualquier otro lugar o medio.

En cuanto a las limitaciones sobre **consumo**, la Ley parte de la distinción entre **lugares** donde se establece la **prohibición total** de fumar y lugares donde se **prohíbe fumar**, permitiéndose la **habilitación de zonas** para fumar, siempre que se cumplan determinados **requisitos**, tales como el estar debidamente señalizados, estar separados físicamente de las demás dependencias del centro, no ser zonas de paso obligado, disponer de sistemas de ventilación, y ocupar, como máximo, una superficie inferior al 10% del total del centro, a excepción de los establecimientos de hostelería y restauración con una superficie útil, igual o superior a cien metros cuadrados, donde podrán llegar a destinar un máximo del 30% del espacio a personas fumadoras.

Entre los lugares en los que **se podrán señalar zonas** específicas para fumadores se encuentran los centros de **atención social**, las **salas de fiesta** en las que no se permita la entrada a menores, los **lugares privados** en los que se ejerza una actividad **comercial** (centros de trabajo), los establecimientos de **hostelería y restauración** cerrados, que sirvan alimentos y/o bebidas para su consumo y que tengan una superficie determinada, así como las salas de **teatro, cine** y otros **espectáculos** públicos que se realizan en espacios cerrados y los aeropuertos. Además, en los establecimientos de hostelería y restauración en los que no existe prohibición legal de fumar, sus titulares deberán anunciar visiblemente si permiten o no el consumo de tabaco en su interior.

Por lo que respecta a la actividad de la **promoción** mediante muestras, queda prohibida 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, así como de la de toda clase de publicidad, promoción y patrocinio de los productos del tabaco en todos los medios, incluidos los servicios de la sociedad de la información, aunque con determinadas excepciones.

La Ley se completa con un preciso régimen de infracciones y sanciones (multas de hasta 10.000 euros), en el que además de tipificar las correspondientes conductas contrarias a la norma y asignarles el respectivo reproche sancionador, se identifican los responsables, incluso en los supuestos de infracciones cometidas por menores, y se delimitan claramente las competencias sancionadoras.

Ya se ha empezado a notar en nuestra economía la influencia de esta regulación, así se ha visto con el desplome en Bolsa de la tabaquera Altadis (cayó un 2,66%) y del fabricante de máquinas expendedoras Azkoyen (un 10,09%), y por otro lado, los propietarios de las máquinas se preguntan, además, qué va a pasar con los 180 euros que han pagado en concepto de impuestos para su uso durante los próximos tres años.

Febrero 2005