

Legge federale sui prodotti del tabacco (LPTab)

Disegno

del ...

L'Assemblea federale della Confederazione Svizzera,
visti gli articoli 95 capoverso 1 e 118 capoverso 2 lettere a e b della
Costituzione federale¹;
visto il messaggio del Consiglio federale dell'11 novembre 2015²,
decreta:

Capitolo 1: Disposizioni e principi generali

Sezione 1: Disposizioni generali

Art. 1 Oggetto e scopo

¹ La presente legge si applica ai prodotti del tabacco e disciplina:

- a. i requisiti dei prodotti messi a disposizione sul mercato e dei relativi imballaggi;
- b. i divieti e le limitazioni alla messa a disposizione sul mercato;
- c. la pubblicità, la promozione delle vendite e la sponsorizzazione;
- d. il divieto di vendita ai minorenni e i test d'acquisto;
- e. gli obblighi di notifica relativi alla composizione dei prodotti del tabacco nonché alle spese per la pubblicità, la promozione delle vendite e la sponsorizzazione;
- f. i compiti e le competenze delle autorità, il trattamento dei dati e il finanziamento dell'esecuzione.

² La presente legge ha lo scopo di:

- a. ridurre il consumo dei prodotti del tabacco;
- b. limitare gli effetti nocivi del consumo dei prodotti del tabacco.

Art. 2 Campo d'applicazione

¹ La presente legge si applica ai prodotti del tabacco. Le disposizioni degli articoli 14–16 sulla pubblicità, sulla promozione delle vendite e sulla sponsorizzazione si applicano altresì agli oggetti che costituiscono un'unità funzionale con un prodotto del tabacco.

¹ RS 101

² FF 2015 7729

² Non si applica ai prodotti del tabacco:

- a. a base di tabacco coltivato, prodotto o lavorato dai consumatori direttamente per uso personale;
- b. importati dai consumatori per uso personale; è fatto salvo l'articolo 12.

³ Non si applica ai prodotti che ricadono nel campo d'applicazione della legge federale del 15 dicembre 2000³ sugli agenti terapeutici o della legge federale del 3 ottobre 1951⁴ sugli stupefacenti.

Art. 3 Prodotti del tabacco

¹ Sono considerati prodotti del tabacco i prodotti costituiti da o contenenti parti di foglie delle piante del genere *Nicotiana* (tabacco) destinati in particolare a essere fumati, inalati, fiutati o masticati.

² Sono assimilati ai prodotti del tabacco:

- a. i prodotti che non contengono tabacco destinati a essere fumati;
- b. i prodotti che non contengono tabacco utilizzati nello stesso modo dei prodotti del tabacco, destinati a essere inalati e che liberano nicotina, segnatamente le sigarette elettroniche contenenti nicotina, nonché le cartucce e i serbatoi con i liquidi di ricarica per questi prodotti.

³ Nella misura in cui è necessario per la protezione della salute, il Consiglio federale può inoltre applicare singole disposizioni della presente legge a prodotti senza tabacco utilizzati nello stesso modo dei prodotti del tabacco, destinati ad essere inalati e che non liberano nicotina, segnatamente alle sigarette elettroniche senza nicotina.

Art. 4 Messa a disposizione sul mercato

Per messa a disposizione sul mercato si intende la detenzione e l'offerta in vista della consegna ai consumatori, nonché la consegna stessa a titolo gratuito od oneroso; l'importazione è equiparata alla messa a disposizione sul mercato.

Sezione 2: Principi

Art. 5 Messa a disposizione sul mercato e controllo autonomo

¹ Chi mette a disposizione sul mercato prodotti del tabacco deve assicurarsi che siano rispettati i requisiti fissati nella presente legge. È tenuto a effettuare autonomamente questo controllo.

² Il Consiglio federale disciplina i dettagli di questo controllo autonomo e la relativa documentazione. Può dichiarare vincolanti determinate procedure di analisi, tenendo conto di norme armonizzate a livello internazionale.

³ RS 812.21

⁴ RS 812.121

Art. 6 Protezione dagli inganni

¹ La presentazione, la caratterizzazione e l'imballaggio dei prodotti del tabacco, nonché la loro pubblicità non devono essere ingannevoli per i consumatori.

² Sono ingannevoli se suscitano nei consumatori un'idea sbagliata circa gli effetti sulla salute, i pericoli o le emissioni di tali prodotti.

³ È vietato l'impiego di indicazioni, marchi e simboli, nonché di diciture come «light», «ultralight» o «mild», che possono dare l'impressione che un determinato prodotto del tabacco sia meno nocivo di altri.

Capitolo 2:

Requisiti dei prodotti del tabacco e degli imballaggi e limitazioni alla messa a disposizione sul mercato

Sezione 1: Composizione ed emissioni dei prodotti del tabacco

Art. 7

¹ I prodotti del tabacco non devono contenere alcun ingrediente che, nell'impiego usuale, metta direttamente o inaspettatamente in pericolo la salute.

² Il Consiglio federale può stabilire la quantità massima degli ingredienti utilizzati per i prodotti del tabacco, se ciò è necessario per la protezione della salute.

³ Può vietare ingredienti che aumentano la tossicità o il potenziale di dipendenza o facilitano l'inalazione.

⁴ Stabilisce le quantità massime di determinate sostanze particolarmente nocive per la salute contenute nelle emissioni dei prodotti del tabacco. Può stabilire l'applicabilità di norme tecniche per limitare le emissioni di queste sostanze.

⁵ Se sussistono ancora incertezze a livello scientifico in merito ai rischi per la salute, l'Ufficio federale della sanità pubblica (UFSP) può prendere misure provvisorie nell'attesa che siano disponibili ulteriori informazioni per una più completa valutazione dei rischi.

Sezione 2: Imballaggi

Art. 8 Caratterizzazione e avvertenze

¹ Al momento della consegna ai consumatori, gli imballaggi dei prodotti del tabacco devono recare determinate indicazioni e avvertenze.

² Il Consiglio federale stabilisce quali indicazioni devono recare gli imballaggi dei prodotti del tabacco. Disciplina la collocazione e la lingua di tali indicazioni.

³ Determina quali avvertenze devono recare gli imballaggi dei prodotti del tabacco. Disciplina la collocazione, le dimensioni e la lingua di tali avvertenze. Tiene conto

delle caratteristiche dei vari prodotti del tabacco, segnatamente delle dimensioni del pacchetto e del genere di prodotto.

⁴ Sono fatte salve le disposizioni concernenti le indicazioni di provenienza di cui alla legge del 28 agosto 1992⁵ sulla protezione dei marchi.

Art. 9 Pacchetti di sigarette

Le sigarette devono essere preimballate e possono essere consegnate ai consumatori soltanto in pacchetti contenenti almeno 20 pezzi.

Sezione 3: Limitazioni alla messa a disposizione sul mercato e obblighi successivi

Art. 10 Divieto di determinati prodotti del tabacco per uso orale

Non possono essere messi a disposizione sul mercato i prodotti del tabacco per uso orale sotto forma di polvere, di granulato a grana fine o di una combinazione di dette forme, in particolare presentati in sacchetti monoporzione o in sacchetti porosi, esclusi i prodotti destinati a essere fumati, inalati o masticati.

Art. 11 Notifica dei prodotti del tabacco ai fini della sorveglianza del mercato

¹ Chi fabbrica o importa i prodotti del tabacco di cui all'articolo 3 capoverso 2 è tenuto a notificarli all'UFSP ai fini della sorveglianza del mercato prima di immetterli in commercio.

² Per immissione in commercio si intende la prima messa a disposizione in vista della consegna ai consumatori a titolo gratuito od oneroso.

³ Il Consiglio federale stabilisce il contenuto e le modalità della notifica.

Art. 12 Limitazioni all'importazione per prodotti del tabacco destinati a uso personale

Per prevenire l'importazione commerciale, il Consiglio federale può stabilire la quantità di prodotti del tabacco che un consumatore può importare per uso personale.

Art. 13 Obbligo successivo alla messa a disposizione sul mercato

¹ Chi constata di aver messo a disposizione sul mercato un prodotto del tabacco che non soddisfa i requisiti di cui all'articolo 7 capoverso 1 deve provvedere a che i consumatori siano danneggiati il meno possibile ritirando o richiamando il prodotto.

² Il Consiglio federale può stabilire quali informazioni su tali constatazioni devono essere notificate alla competente autorità cantonale e all'UFSP.

⁵ RS 232.11

Capitolo 3:

Limitazioni alla pubblicità, alla promozione delle vendite e alla sponsorizzazione

Art. 14 Pubblicità

¹ La pubblicità per i prodotti del tabacco e per gli oggetti che costituiscono un'unità funzionale con un prodotto del tabacco è vietata:

- a. nelle seguenti forme:
 - 1. se si rivolge specificamente ai minorenni,
 - 2. se lascia intendere che i prodotti del tabacco siano benefici per la salute o mette in relazione i prodotti del tabacco con uno stile di vita positivo,
 - 3. se mette a confronto informazioni sui prezzi o promette regali o altre agevolazioni;
- b. sui seguenti supporti pubblicitari:
 - 1. oggetti che non hanno alcun rapporto con i prodotti del tabacco,
 - 2. superfici interne o esterne di mezzi di trasporto pubblici,
 - 3. quotidiani, riviste o altre pubblicazioni,
 - 4. manifesti o qualsiasi altra forma di pubblicità all'aperto visibile da spazi pubblici,
 - 5. radio e televisione conformemente alle disposizioni della legge federale del 24 marzo 2006⁶ sulla radiotelevisione (LRTV),
 - 6. contenuti distribuiti in forma stampata o diffusi tramite media elettronici, in particolare Internet o giochi per computer; sono esclusi gli invii o i messaggi indirizzati direttamente a consumatori adulti,
 - 7. spot e altri annunci pubblicitari nei cinema;
- c. nei seguenti luoghi:
 - 1. spazi interni ed esterni di edifici o parti di edifici destinati a uso pubblico e aree annesse a tali edifici,
 - 2. campi sportivi e manifestazioni sportive,
 - 3. luoghi e manifestazioni frequentati principalmente da minorenni.

² I divieti di cui al capoverso 1 non si applicano:

- a. ai prodotti della stampa esteri non destinati principalmente al mercato svizzero;
- b. alla pubblicità che si rivolge a persone attive nel settore del tabacco.

³ Il divieto di cui al capoverso 1 lettera c numero 1 non riguarda la pubblicità nel punto vendita.

Art. 15 Promozione delle vendite

La promozione delle vendite dei prodotti del tabacco e di oggetti che costituiscono con essi un'unità funzionale è vietata se prevede:

- a. la consegna gratuita;
- b. sconti limitati nel tempo e nello spazio;
- c. sconti rivolti a un determinato gruppo di persone; oppure
- d. la consegna di regali o premi.

² Sono escluse le promozioni che si rivolgono a persone attive nel settore del tabacco.

Art. 16 Sponsorizzazione

¹ Per sponsorizzazione si intende ogni tipo di contributo a un'attività o manifestazione, nonché ogni tipo di sostegno offerto a persone allo scopo o con l'effetto diretto o indiretto di promuovere il consumo di prodotti del tabacco e l'acquisto di oggetti che costituiscono con essi un'unità funzionale.

² È vietata la sponsorizzazione di:

- a. attività e manifestazioni che si svolgono in Svizzera e che hanno un carattere internazionale in quanto:
 1. si svolgono in parte all'estero, o
 2. hanno ulteriori effetti transfrontalieri;
- b. persone che si esibiscono in occasione delle attività e delle manifestazioni di cui alla lettera a;
- c. trasmissioni radiotelevisive secondo le disposizioni della LRTV⁷.

³ È vietato ricavare vantaggi dalla sponsorizzazione di cui al capoverso 2.

Art. 17 Avvertenza in caso di pubblicità e sponsorizzazione

¹ La pubblicità per i prodotti del tabacco e per gli oggetti che costituiscono con essi un'unità funzionale e i riferimenti a sponsorizzazioni devono recare un'avvertenza.

² Il Consiglio federale determina quale avvertenza devono recare la pubblicità e i riferimenti a sponsorizzazioni. Disciplina la collocazione, le dimensioni e la lingua dell'avvertenza; può prevedere eccezioni per determinati riferimenti a sponsorizzazioni.

Art. 18 Ulteriori limitazioni dei Cantoni

I Cantoni possono emanare prescrizioni più severe concernenti la pubblicità, la promozione delle vendite e la sponsorizzazione connesse ai prodotti del tabacco.

⁷ RS 784.40

Capitolo 4: Consegna a minorenni e test d'acquisto

Art. 19 Consegna a minorenni

- ¹ La consegna di prodotti del tabacco a minorenni è vietata.
- ² È vietata inoltre la cessione a terzi allo scopo di aggirare il limite d'età.
- ³ I punti vendita devono esporre in maniera visibile e leggibile il divieto di consegna a minorenni.
- ⁴ I prodotti del tabacco possono essere venduti in distributori automatici solo se questi ultimi non sono accessibili ai minorenni.

Art. 20 Test d'acquisto

- ¹ L'autorità cantonale competente può effettuare o disporre test d'acquisto al fine di verificare il rispetto del limite d'età per la consegna dei prodotti del tabacco.
- ² Un test d'acquisto è un acquisto o un tentativo di acquisto di un prodotto del tabacco da parte di un minorenne appositamente incaricato.
- ³ I risultati dei test d'acquisto possono essere utilizzati in procedimenti penali o procedure amministrative soltanto se sono soddisfatte le seguenti condizioni:
 - a. i minorenni e i detentori dell'autorità parentale hanno dato il loro consenso scritto alla partecipazione al test d'acquisto;
 - b. i test d'acquisto sono organizzati dalle autorità o da organizzazioni specializzate riconosciute;
 - c. i minorenni sono stati sottoposti a un esame per accertare la loro idoneità all'attività prevista e sono stati sufficientemente preparati;
 - d. i minorenni svolgono la loro attività in forma anonima e accompagnati da una persona adulta;
 - e. non è stata presa alcuna misura per nascondere la vera età del minorenne;
 - f. il test d'acquisto è stato immediatamente verbalizzato e documentato.
- ⁴ Il Consiglio federale disciplina in particolare:
 - a. il riconoscimento delle organizzazioni specializzate impiegate e la vigilanza su queste ultime;
 - b. i dettagli riguardanti il reclutamento, l'istruzione, l'accompagnamento e la protezione della personalità dei minorenni;
 - c. quali requisiti devono soddisfare la verbalizzazione e la documentazione del test d'acquisto effettuato;
 - d. la comunicazione del risultato del test al punto vendita interessato.

Capitolo 5: Obblighi di notifica

Art. 21 Notifica della composizione dei prodotti

¹ Chi fabbrica o importa prodotti del tabacco secondo l'articolo 3 capoverso 1 è tenuto a notificare all'UFSP la composizione di tali prodotti messi a disposizione sul mercato.

² Il Consiglio federale disciplina il contenuto e le modalità della notifica. A questo scopo tiene conto dei segreti di fabbricazione.

³ L'UFSP pubblica i dati ricevuti in Internet.

Art. 22 Notifica delle spese sostenute per la pubblicità, la promozione delle vendite e la sponsorizzazione

¹ Chi fabbrica o importa prodotti del tabacco è tenuto a notificare annualmente all'UFSP l'ammontare delle spese sostenute per la pubblicità, la promozione delle vendite e la sponsorizzazione in Svizzera connesse a questi prodotti.

² Il Consiglio federale disciplina il contenuto e le modalità della notifica.

³ L'UFSP pubblica gli importi complessivi per ogni categoria di spesa in Internet.

Capitolo 6: Esecuzione

Sezione 1: Confederazione

Art. 23 Compiti esecutivi

¹ La Confederazione ha i seguenti compiti esecutivi:

- a. controllo dei prodotti del tabacco al momento dell'importazione;
- b. adempimento dei restanti compiti conferitile espressamente dalla presente legge.

² Può, in singoli casi, delegare determinate analisi di laboratorio e la relativa decisione definitiva al Cantone interessato.

Art. 24 Sorveglianza e coordinamento

¹ La Confederazione sorveglia l'esecuzione della presente legge da parte dei Cantoni.

² Coordina le misure d'esecuzione e l'attività di informazione se ciò è necessario per garantire un'esecuzione uniforme. A questo scopo può, in particolare:

- a. prescrivere ai Cantoni determinate misure in vista di un'esecuzione uniforme;
- b. obbligare i Cantoni a informare la Confederazione sulle misure d'esecuzione.

Art. 25 Basi scientifiche

La Confederazione acquisisce le basi scientifiche necessarie all'esecuzione della presente legge. Per l'aggiudicazione delle ricerche e il sostegno ad esse si applicano le disposizioni della legge federale del 14 dicembre 2012⁸ sulla promozione della ricerca e dell'innovazione.

Art. 26 Disposizioni d'esecuzione del Consiglio federale

¹ Nell'emanare le disposizioni d'esecuzione, il Consiglio federale tiene conto delle direttive, delle raccomandazioni e delle norme riconosciute a livello internazionale. Lascia ai Cantoni un sufficiente margine di manovra.

² Può delegare il compito di emanare prescrizioni di natura tecnica o amministrativa all'UFSP.

Art. 27 Cooperazione internazionale

¹ Le autorità federali competenti collaborano sia con le autorità e le istituzioni estere sia con le organizzazioni internazionali.

² Il Consiglio federale può concludere autonomamente accordi internazionali concernenti:

- a. lo scambio di informazioni con organizzazioni internazionali o autorità estere nonché la partecipazione a sistemi d'informazione internazionali per i consumatori o per le autorità.
- b. la partecipazione di esperti svizzeri a reti internazionali impegnate nella prevenzione del tabagismo.

Sezione 2: Cantoni

Art. 28

¹ I Cantoni eseguono la presente legge, per quanto la competenza non spetti alla Confederazione.

² Effettuano le analisi di laboratorio delegate loro dalla Confederazione secondo l'articolo 23 capoverso 2 e prendono la relativa decisione definitiva.

³ Emanano le disposizioni d'esecuzione a livello cantonale e disciplinano i compiti e l'organizzazione dei propri organi d'esecuzione nel quadro della presente legge.

⁴ Portano a conoscenza delle autorità federali le proprie disposizioni d'esecuzione.

⁵ Coordinano l'esecuzione a livello intercantonale.

Sezione 3: Informazione del pubblico

Art. 29

¹ Le autorità competenti della Confederazione e dei Cantoni informano il pubblico sui rischi per la salute, noti o presunti, dei prodotti del tabacco.

² Informano il pubblico in particolare:

- a. sulle proprie attività di controllo e sulla loro efficacia;
- b. sugli ingredienti nocivi per la salute ai sensi dell'articolo 7 capoverso 1 di cui si è rilevata la presenza in un prodotto del tabacco messo a disposizione sul mercato e sul comportamento consigliato da tenere rispetto a questo prodotto.

³ Possono informare il pubblico in particolare sulle conoscenze scientifiche di interesse generale nell'ambito della protezione della salute in relazione ai prodotti del tabacco e nell'ambito della prevenzione delle malattie provocate dal consumo di prodotti del tabacco.

Sezione 4: Controlli ufficiali e misure

Art. 30 Controlli ufficiali

¹ Le autorità competenti della Confederazione e dei Cantoni sono autorizzate, per garantire il rispetto delle disposizioni della presente legge, a sorvegliare il mercato dei prodotti del tabacco e a controllare la pubblicità, la promozione delle vendite e la sponsorizzazione connesse ai prodotti del tabacco.

² A questo scopo possono esigere da tutte le persone interessate che, senza alcun compenso:

- a. forniscano le necessarie informazioni;
- b. permettano di prendere visione di tutti gli atti e i registri rilevanti, nonché di produrre copie dei documenti rilevanti;
- c. effettuino accertamenti o permettano di effettuare accertamenti;
- d. accordino l'accesso a tutti i locali dell'impresa, agli impianti e ai veicoli, nonché a tutte le altre infrastrutture;
- e. consentano il prelievo di campioni o su richiesta mettano a disposizione dei campioni.

³ Il Consiglio federale disciplina la procedura di controllo. Può in particolare dichiarare vincolanti le procedure riconosciute di prelievo di campioni e di analisi.

Art. 31 Misure

¹ Le autorità competenti della Confederazione e dei Cantoni possono, a spese dell'impresa sottoposta al controllo, prendere tutte le misure necessarie per eliminare le situazioni illegali.

² Possono in particolare:

- a. vietare la messa a disposizione sul mercato di prodotti del tabacco;
- b. disporre il richiamo, il ritiro o la distruzione di prodotti del tabacco;
- c. sequestrare, conservare d'ufficio o distruggere prodotti del tabacco;
- d. respingere prodotti del tabacco al momento dell'importazione;
- e. vietare la pubblicità o disporre il ritiro, sequestrare i supporti pubblicitari, conservarli d'ufficio o distruggerli;
- f. prendere misure per impedire la promozione delle vendite e sequestrare, conservare d'ufficio o distruggere regali o prodotti destinati a essere distribuiti gratuitamente;
- g. vietare la menzione del nome dello sponsor, nonché sequestrare, conservare d'ufficio o distruggere i supporti sui quali è menzionato lo sponsor.

³ Possono inoltre obbligare l'impresa sottoposta al controllo a:

- a. accertare le cause delle inosservanze riscontrate;
- b. prendere le misure adeguate per porvi rimedio;
- c. informare le autorità esecutive sulle misure prese.

Art. 32 Misure cautelari

¹ Qualora lo esiga la protezione dei consumatori o di terzi, le autorità competenti della Confederazione e dei Cantoni sequestrano i prodotti contestati.

² Possono sequestrare i prodotti anche in caso di sospetto motivato, se ciò appare necessario per la protezione dei consumatori o di terzi.

³ I prodotti sequestrati possono essere conservati d'ufficio.

Art. 33 Denuncia penale

¹ Le autorità competenti della Confederazione e dei Cantoni denunciano alle autorità di perseguimento penale le infrazioni al diritto sui prodotti del tabacco.

² Nei casi meno gravi possono rinunciare alla denuncia.

Sezione 5: Trattamento dei dati

Art. 34 Trattamento dei dati personali

¹ Le autorità competenti della Confederazione e dei Cantoni sono autorizzate a trattare dati personali, compresi quelli concernenti i procedimenti o le sanzioni amministrativi e penali, purché ciò sia necessario per l'esecuzione dei loro compiti secondo la presente legge.

² Il Consiglio federale disciplina forma e contenuto del trattamento e stabilisce il periodo di conservazione e il termine di distruzione dei dati.

Art. 35 Scambio di dati tra autorità svizzere

¹ Le autorità della Confederazione e dei Cantoni possono trasmettersi reciprocamente i dati di cui necessitano per svolgere i loro compiti secondo la presente legge.

² Il Consiglio federale disciplina le modalità dello scambio di dati e la forma nella quale i dati devono essere messi a disposizione.

Art. 36 Scambio di dati con l'estero e con organizzazioni internazionali

¹ Il Consiglio federale disciplina competenze e procedure per lo scambio di dati con autorità e istituzioni estere e con organizzazioni internazionali.

² Dati sui procedimenti amministrativi o penali possono essere trasmessi ad autorità e istituzioni estere o a organizzazioni internazionali solo se:

- a. lo esigono trattati di diritto internazionale pubblico o risoluzioni di organizzazioni internazionali; oppure
- b. è assolutamente necessario per scongiurare un pericolo immediato per la salute.

Sezione 6: Finanziamento

Art. 37 Ripartizione dei costi

La Confederazione e i Cantoni assumono le spese d'esecuzione della presente legge nel rispettivo ambito di competenza.

Art. 38 Emolumenti

¹ Il Consiglio federale disciplina gli emolumenti per i controlli e le misure degli organi esecutivi della Confederazione.

² Per i controlli che non danno luogo a contestazioni non sono riscossi emolumenti.

Capitolo 7: Disposizioni penali

Art. 39 Delitti

¹ È punito con una pena detentiva fino a tre anni o con una pena pecuniaria chi mette a disposizione sul mercato intenzionalmente prodotti del tabacco che contengono ingredienti che, nell'impiego usuale, mettono direttamente o inaspettatamente in pericolo la salute (art. 7 cpv. 1).

² Chi ha agito per negligenza è punito con una pena pecuniaria fino a 180 aliquote giornaliere.

³ Il rispetto dell'obbligo di notifica di cui all'articolo 13 capoverso 2 può essere considerato circostanza attenuante.

Art. 40 Contravvenzioni

¹ È punito con una multa fino a 40 000 franchi chi intenzionalmente:

- a. mette a disposizione sul mercato prodotti del tabacco non conformi ai requisiti stabiliti nella presente legge (art. 7–13);
- b. contravviene alle prescrizioni della presente legge relative alla protezione dall'inganno (art. 6);
- c. contravviene alle prescrizioni della presente legge sulla pubblicità, sulla promozione delle vendite o sulla sponsorizzazione (art. 14–17 e 22); le infrazioni all'articolo 14 capoverso 1 lettera b numero 5 sono perseguite conformemente alla LRTV⁹;
- d. contravviene alle prescrizioni della presente legge sulla consegna a minorenni (art. 19);
- e. rifiuta di fornire alle autorità competenti le informazioni, gli atti, i campioni richiesti o nega loro l'accesso ai propri locali secondo gli articoli 21 e 30.

² Chi ha agito per negligenza è punito con una multa fino a 20 000 franchi.

³ Il tentativo e la complicità sono punibili.

⁴ Le imprese i cui impiegati violano le prescrizioni relative al limite di età per la consegna di cui all'articolo 19 capoverso 1 sono punite con una multa fino a 40 000 franchi.

⁵ Sono considerate imprese ai sensi del capoverso 4:

- a. le persone giuridiche di diritto privato;
- b. le persone giuridiche di diritto pubblico;
- c. le società di persone;
- d. le ditte individuali.

Art. 41 Utilizzabilità delle informazioni in un procedimento penale

Le informazioni che le autorità esecutive ottengono richiamandosi all'obbligo di collaborare di cui all'articolo 30 capoverso 2 possono essere utilizzate contro la persona interessata in un procedimento penale solo se questa persona ha dato il suo consenso o se tali informazioni avrebbero potuto essere ottenute anche senza la sua collaborazione.

Art. 42 Infrazioni commesse nell'azienda, falsità in documenti

Le disposizioni penali sulle infrazioni commesse nell'azienda e sulla falsità in documenti di cui agli articoli 6, 7 e 15 della legge federale del 22 marzo 1974¹⁰ sul diritto penale amministrativo (DPA) si applicano anche al perseguimento penale da parte di autorità cantonali.

⁹ RS 784.40

¹⁰ RS 313.0

Art. 43 Perseguimento penale

¹ Le infrazioni alla presente legge sono perseguite e giudicate dai Cantoni.

² Sono perseguite e giudicate dall'Amministrazione federale delle dogane se costituiscono un'infrazione connessa all'importazione e contemporaneamente è stata commessa un'infrazione alla legge del 18 marzo 2005¹¹ sulle dogane o alla legge del 12 giugno 2009¹² sull'IVA. La procedura è retta dalla DPA¹³.

³ In caso di infrazioni contemporanee ai sensi del capoverso 2, si applica la sanzione prevista per l'infrazione più grave; questa può essere aumentata adeguatamente.

Capitolo 8: Disposizioni finali

Art. 44 Modifica di altri atti normativi

Gli atti normativi qui appresso sono modificati come segue:

1. Legge del 9 ottobre 1992¹⁴ sulle derrate alimentari e gli oggetti d'uso

Art. 2 cpv. 4 lett. c

⁴ La presente legge non si applica:

- c. ai prodotti sottoposti alla legislazione sui prodotti del tabacco.

2. Legge federale del 3 ottobre 2008¹⁵ concernente la protezione contro il fumo passivo

Art. 2 cpv. 1

¹ Nei locali di cui all'articolo 1 capoversi 1 e 2 è vietato:

- a. fumare o inalare prodotti del tabacco secondo l'articolo 3 capoverso 1 della legge federale del ...¹⁶ sui prodotti del tabacco (LPTab);
- b. fumare prodotti che non contengono tabacco secondo l'articolo 3 capoverso 2 lettera a LPTab;
- c. utilizzare prodotti che non contengono tabacco utilizzati nello stesso modo dei prodotti del tabacco e destinati a essere inalati indipendentemente dal fatto che liberino o non liberino nicotina secondo l'articolo 3 capoversi 2 lettera b e 3 LPTab.

Art. 45 Disposizione transitoria

¹ I prodotti del tabacco destinati a essere messi a disposizione sul mercato la cui caratterizzazione non corrisponde a quanto stabilito all'articolo 8 possono continuare

¹¹ RS **631.0**

¹² RS **641.20**

¹³ RS **313.0**

¹⁴ RS **817.0**

¹⁵ RS **818.31**

¹⁶ RS ...; FF **2015** 7817

a essere importati e fabbricati secondo il diritto anteriore¹⁷ per un anno a partire dall'entrata in vigore della presente legge. Possono essere consegnati ai consumatori secondo il diritto anteriore fino all'esaurimento delle scorte.

² I prodotti del tabacco per uso orale possono continuare a essere messi a disposizione sul mercato secondo il diritto anteriore per un anno a partire dall'entrata in vigore della presente legge.

³ È permessa la sponsorizzazione già concordata secondo il diritto anteriore fino alla scadenza del contratto di sponsorizzazione, ma al massimo per cinque anni dall'entrata in vigore della presente legge.

Art. 46 Referendum ed entrata in vigore

¹ La presente legge sottostà a referendum facoltativo.

² Il Consiglio federale ne determina l'entrata in vigore.

¹⁷ Le disposizioni della legge del 9 ottobre 1992 sulle derrate alimentari ai sensi dell'articolo 73 della legge del 20 giugno 2014 sulle derrate alimentari (FF **2014** 4409).

