

LEGE nr. 207 din 8 noiembrie 2016

privind reglementarea marketingului înlocuitorilor laptelui matern

EMITENT • **PARLAMENTUL ROMÂNIEI**

Publicat în **MONITORUL OFICIAL nr. 910 din 11 noiembrie 2016**

Data intrării în vigoare **11-05-2020**

Abrogat de ARTICOL UNIC din ORDONANȚĂ DE URGENȚĂ nr. 76 din 21 mai 2020 la data 22-05-2020

Notă

Potrivit [art. unic](#) din [ORDONANȚA DE URGENȚĂ nr. 35 din 5 mai 2017](#), termenul de intrare în vigoare prevăzut la [art. 38](#) din [Legea nr. 207/2016](#) privind reglementarea marketingului înlocuitorilor laptelui matern, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 910 din 11 noiembrie 2016, se prorogă cu 36 de luni.

Parlamentul României adoptă prezenta lege.

Capitolul I Dispoziții generale

Articolul 1

(1) Prezenta lege reglementează cadrul legal privind marketingul înlocuitorilor laptelui matern, precum și practicile aferente acestuia.

(2) Prezenta lege se aplică următoarelor produse, denumite în continuare produse vizate:

- a)** înlocuitorii laptelui matern, destinați alimentației sugarilor și copiilor de vârstă până la 2 ani;
- b)** orice aliment lichid, semisolid sau solid destinat administrării sugarilor în primele 6 luni de viață sau fortifianti ai laptelui matern;
- c)** biberoane, tetine, suzete, căni speciale pentru sugari, mameloane artificiale, pompe de muls sau alte ustensile similare;
- d)** orice alte produse similare.

Articolul 2

Prezenta lege are la bază principiile Codului internațional de marketing al înlocuitorilor laptelui matern, adoptat la a 34-a ediție a Adunării Mondiale a Sănătății prin Rezoluția nr. 34.22 din 21 mai 1981.

Articolul 3

Obiectivul prezentei legi constă în crearea cadrului juridic necesar asigurării unei nutriții adecvate și sănătoase pentru sugari și copii de vârstă până la 2 ani, prin protecția și promovarea alăptării, în vederea menținerii sau îmbunătățirii stării de sănătate a acestora, prin asigurarea utilizării corecte a înlocuitorilor laptelui matern, atunci când aceștia sunt necesari, prin reglementarea marketingului lor și prin furnizarea de informații consistente, obiective și accesibile, într-o formă adecvată publicului.

Articolul 4

În înțelesul prezentei legi, termenii și expresiile de mai jos au următoarele semnificații:

- a)** alăptare - hrănirea copilului numai cu lapte matern;
- b)** alăptare la cerere - hrănirea copilului cu lapte matern ori de câte ori acesta își manifestă dorința de a fi hrănit;
- c)** aliment complementar - orice aliment produs industrial în conformitate cu legislația națională și europeană în vigoare, care poate fi utilizat ca o completare, pe lângă laptele matern sau preparatele pentru sugari, în momentul în care acestea nu mai satisfac suficient cerințele nutriționale ale sugarului sau ale copilului de vârstă până la 2 ani;
- d)** ambalare - orice formă de împachetare a produselor vizate în scopul vânzării sub forma unui singur pachet comercializat, inclusiv prin simpla învelire;
- e)** componentă a sistemului de sănătate - orice instituție publică sau privată ori organizație guvernamentală sau neguvernamentală care face parte din sistemul de sănătate;
- f)** distribuitor - orice persoană fizică sau juridică, din sectorul public sau privat, implicată în activități, directe sau indirecte, de comerț cu ridicata sau cu amănuntul al produselor vizate;
- g)** înlocuitorii laptelui matern - orice aliment, fabricat industrial, în conformitate cu legislația națională sau europeană în vigoare, ori preparat în mediul domestic, care este comercializat sau prezentat sub orice alt mod, ca fiind un înlocuitor parțial sau total al laptelui matern, destinat nutriției sugarilor sau a copiilor de vârstă până la 2 ani;

- h)** marketing - promovarea, distribuirea, vânzarea produsului, reclama pentru produs, precum și publicitatea, serviciile de informare și relațiile cu publicul legate de produs;
- i)** membru de familie - soț, rudă până la gradul al II-lea sau rudă a soțului până la gradul al II-lea;
- j)** mostră - un produs unic sau o cantitate mică dintr-un produs oferită gratuit;
- k)** personal de marketing - orice persoană ale cărei funcții implică marketingul unui produs sau produse vizate care fac obiectul prezentei legi;
- l)** personal din sistemul de sănătate - orice persoană, indiferent dacă este specializată sau nu, care lucrează într-o componentă a sistemului de sănătate, inclusiv persoanele care desfășoară activități de voluntariat sau alte tipuri de activități neremunerate în cadrul acestor componente;
- m)** plasare de produse vizate - orice formă de comunicare comercială audiovizuală constând în includerea unui produs, a unor servicii sau a mărcilor acestora ori referirea la acestea, prin inserarea în cadrul unui program, în schimbul unei plăți sau contraprestații;
- n)** producător - orice persoană fizică sau juridică din sectorul public sau privat, implicată în realizarea/fabricarea produselor vizate direct sau indirect printr-un agent sau printr-o altă persoană fizică ori juridică coordonată sau controlată de aceasta, ori având un contract cu aceasta;
- o)** promovare - comunicare sau recomandare realizată pe orice cale, activitate comercială sau orice altă acțiune, inclusiv reclamă, care are drept scop, rezultat sau rezultat potențial determinarea sau încurajarea publicului sau a unei persoane să cumpere ori să folosească un produs sau creșterea cererii ori a consumului unui produs, direct sau indirect;
- p)** reclamă - publicitate realizată pe diverse căi: presă sau alte publicații scrise, televiziune, radiodifuziune, servicii ale societății informaționale, internet, transmisie electronică, mijloace video, audio sau de telefonie, expoziții, standuri, prezentări verbale, corespondență, imagini, afișe, postere, panouri, pliante, orice fel de structuri de afișaj, bilete de călătorie pentru transportul public și orice alte modalități similare;
- q)** rezerve - cantități dintr-un produs oferite pentru folosirea pe o anumită durată, gratuit sau la preț redus, pentru scopuri sociale;
- r)** sistemul de sănătate - totalitatea instituțiilor sau organizațiilor publice ori private, guvernamentale sau neguvernamentale, indiferent de gradul de subordonare a acestora, implicate, direct sau indirect, în ocrotirea sănătății gravidelor, mamelor, sugarilor sau copiilor de vârstă până la 2 ani. Această definiție include, de asemenea, personalul angajat în practica privată în domeniul sănătății și exclude farmaciile, drogheriile și alte unități similare în care produsele vizate sunt de vânzare.

Capitolul II

Informare și educare

Articolul 5

- (1)** Ministerul Sănătății, prin instituțiile aflate în subordinea, sub autoritatea și/sau în coordonarea sa, are responsabilitatea informării publicului în ceea ce privește nutriția sugarilor și a copiilor de vârstă până la 2 ani.
- (2)** Responsabilitatea vizează planificarea, elaborarea, furnizarea și diseminarea informației, precum și controlul acestor activități.

Articolul 6

- (1)** Materialele informaționale și educaționale referitoare la nutriția sugarilor sau a copiilor de vârstă până la 2 ani, scrise, auditive sau vizuale, trebuie să includă informații clare, amănunțite și corecte, referitoare la:
- a)** nutriția mamei și pregătirea pentru alăptare, precum și continuarea alăptării;
 - b)** avantajele și superioritatea alăptării;
 - c)** dezavantajele înlocuirii alăptării și eventualele riscuri;
 - d)** efectul negativ asupra alăptării prin utilizarea biberonului în alimentația complementară;
 - e)** dificultatea revenirii asupra deciziei de a nu alăpta;
 - f)** importanța inițierii cât mai precoce a alăptării, importanța alăptării exclusive până la vârsta de 6 luni și importanța continuării alăptării până la vârsta de 2 ani;
 - g)** cazurile în care utilizarea înlocuitorilor laptelui matern este necesară: copiii cărora alăptarea le este contraindicată de medic, mamele care prezintă contraindicația de a alăpta, copiii a căror mamă a decedat și copiii adoptați;
 - h)** implicațiile sociale și financiare ale utilizării înlocuitorilor laptelui matern, în cazurile prevăzute la lit. g), riscurile utilizării neadecvate a alimentelor sau metodelor de alimentație asupra sănătății, precum și, în mod special, riscurile utilizării formulelor ori înlocuitorilor care nu sunt necesari sau adecvați pentru sănătate. Aceste materiale nu trebuie să folosească desene sau texte care să idealizeze utilizarea înlocuitorilor laptelui matern.
- (2)** Materialele informaționale și educaționale prevăzute la alin. (1) trebuie avizate de Ministerul Sănătății în termen de 30 de zile de la data primirii documentației aferente. În cazul în care Ministerul Sănătății consideră

necesară consultarea unor specialiști din alte instituții - institute de cercetare, universități, alte ministere - acest termen poate fi prelungit cu încă 30 de zile, în vederea asigurării elaborării unui aviz corect documentat.

Articolul 7

Campaniile de informare, precum și orice fel de acțiuni informaționale și educaționale utilizate în scopul educării și informării populației în ceea ce privește nutriția sugarilor sau a copiilor de vârstă până la 2 ani pot fi organizate și desfășurate numai cu avizul Ministerului Sănătății, care are dreptul interzicerii acestora în condițiile în care se încalcă prevederile legale.

Capitolul III

Măsuri privind publicul, gravidele și mamele de sugari sau de copii de vârstă până la 2 ani

Articolul 8

Plasarea, reclama și orice altă formă de promovare a produselor vizate către publicul larg sunt interzise.

Articolul 9

(1) Este interzis producătorilor sau distribuitorilor să realizeze activități de reclamă sau de plasare a produselor vizate la punctele/structurile de vânzare, precum și orice acțiuni de promovare a produselor vizate la nivelul comerțului cu amănuntul sau alte activități cu privire la oferte speciale, cupoane de reducere, loterii publicitare, vânzări speciale, vânzări legate, premii, cadouri, pachete promoționale, etalări speciale la vânzare, distribuire de mostre sau orice alte practici asemănătoare.

(2) Este interzisă realizarea de activități de reclamă și orice alte acțiuni de promovare a produselor vizate atât de către vânzători direcți, cât și cu ocazia vânzării la distanță a produselor.

(3) Dispozițiile [alin. \(1\)](#) și [\(2\)](#) nu restricționează politicile și practicile de stabilire a prețurilor, care au ca scop vânzări cu preț redus ale produselor vizate.

(4) Prin derogare de la prevederile [Ordonanței Guvernului nr. 99/2000](#) privind comercializarea produselor și serviciilor de piață, republicată, cu modificările și completările ulterioare, vânzările cu preț redus nu pot fi precedate sau însoțite de publicitate.

(5) Reducerile de preț, precum și orice alte politici ori practici comerciale sau de stabilire a prețurilor nu pot fi folosite de producători sau distribuitori ca mecanism de reclamă sau de promovare a produselor vizate.

Articolul 10

Este interzisă oferirea, distribuirea sau furnizarea de mostre de produse vizate ori de cadouri prin care să se promoveze produsele vizate sau să se facă reclamă la acestea, de către producători ori distribuitori, direct sau indirect, publicului larg, gravidelor, mamelor de sugari sau de copii de vârstă până la 2 ani sau membrilor familiilor acestora ori personalului din sistemul de sănătate.

Articolul 11

Personalul de marketing, în exercițiul funcției sale, nu are dreptul să contacteze, direct sau indirect, gravidele, mamele de sugari ori de copii de vârstă până la 2 ani sau membrii ai familiilor acestora ori personalul din sistemul de sănătate.

Capitolul IV

Măsuri în cadrul sistemului de sănătate

Articolul 12

Ministerul Sănătății, prin instituțiile aflate în subordinea, sub autoritatea și/sau în coordonarea sa, toate componentele sistemului de sănătate și autoritățile administrației publice locale au obligația de a adopta măsurile necesare pentru a încuraja, proteja și promova alăptarea, precum și de a promova principiile prezentei legi.

Articolul 13

Instituțiile prevăzute la [art. 12](#) sunt obligate să informeze personalul din sistemul de sănătate cu privire la responsabilitățile ce îi revin în contextul aplicării prezentei legi.

Articolul 14

Este interzisă folosirea vreunei componente a sistemului de sănătate, astfel cum este definit la [art. 4 lit. r\)](#), cu ocazia unor întruniri sau manifestări științifice medicale, sau a vreunei locații ori spații oferite de aceasta, în scopul plasării de produse, reclame sau al oricărui tip de promovare a produselor vizate, cu excepția transmiterii de informații în conformitate cu prevederile [art. 20 alin. \(1\)](#).

Articolul 15

(1) Persoanele din cadrul sistemului de sănătate, inclusiv asistenții comunitari și mediatorii sanitari, au obligația de a instrui mamele sau persoanele în grija cărora se află sugari ori copii de vârstă până la 2 ani în privința alăptării și/sau utilizării produselor vizate.

(2) Instruirile se fac separat, pentru fiecare caz în parte, iar în cazul în care alăptarea nu este posibilă, se explică clar riscurile datorate modului incorect de preparare sau de utilizare a produselor vizate.

Articolul 16

(1) Produsele vizate nu vor fi comercializate în cadrul sistemului de sănătate astfel cum este definit la [art. 4 lit. r](#)).

(2) În cadrul componentelor sistemului de sănătate nu vor fi acordate donații directe și transmiteri directe sau cu titlu gratuit de produse vizate, de către producători ori distribuitori, personalului din sistemul de sănătate, gravidelor, mamelor de sugari sau copii de vârstă până la 2 ani ori membrilor familiilor acestora.

Articolul 17

(1) Vânzările cu preț redus, donațiile, sponsorizările, precum și orice transmiteri cu titlu oneros ori cu titlu gratuit de produse vizate, din partea producătorilor ori a distribuitorilor, către componentele sistemului de sănătate sau către instituțiile sociale de protecție a copilului, direct sau indirect, se fac numai în limita necesarului pentru copii care nu pot beneficia de lapte matern, aflați în evidența acestora.

(2) Instituția solicitantă trebuie să ia măsurile necesare pentru a se asigura că produsele vizate, dobândite potrivit [alin. \(1\)](#), pot fi furnizate pe toată perioada în care copiii în cauză vor avea nevoie de ele.

(3) Instituția solicitantă are obligația de a deține documente privind situația produselor vizate obținute prin donație, sponsorizare sau transmitere cu titlu oneros ori cu titlu gratuit, precum și documente justificative privind necesitatea dobândirii acestor produse.

(4) Produsele vizate, dobândite potrivit [alin. \(1\)](#), pot fi utilizate numai în cadrul instituțiilor respective, nu pot fi comercializate și nu pot fi distribuite, donate sau transmise cu titlu gratuit în afara instituției.

(5) Vânzările, donațiile, sponsorizările sau transmiterile cu titlu oneros ori cu titlu gratuit, prevăzute la [alin. \(1\)](#), nu pot fi folosite de producători sau de distribuitori ca mecanism de reclamă ori de promovare a produselor vizate.

Articolul 18

(1) Mostrele de produse vizate pot fi furnizate componentelor sistemului de sănătate numai la cererea acestora, în limita necesarului pentru studii, cercetări sau evaluări profesionale la nivel instituțional.

(2) Instituția solicitantă are obligația de a deține justificarea necesității mostrelor respective.

(3) Prin normele de aplicare a prezentei legi urmează să fie stabilite cantitățile necesare pentru studii, cercetări sau evaluări necesare la nivel profesional.

Capitolul V

Măsuri vizând personalul din sistemul de sănătate

Articolul 19

Personalul din sistemul de sănătate, în special cel a cărui activitate se desfășoară în domeniul nutriției sugarilor și a copiilor de vârstă până la 2 ani, are obligația de a se informa în legătură cu responsabilitățile ce îi revin în contextul aplicării prevederilor prezentei legi.

Articolul 20

(1) Informațiile referitoare la unul sau mai multe dintre produsele vizate, furnizate personalului din sistemul de sănătate și farmaciștilor de către producători sau distribuitori, pot fi doar de natură științifică sau practică, pentru fiecare produs în parte, și trebuie să fie clare, amănunțite și corecte, demonstrate și argumentate.

(2) Informațiile furnizate potrivit [alin. \(1\)](#) trebuie să includă aspectele prevăzute la [art. 6 alin. \(1\)](#) și nu trebuie să sugereze sau să inducă ideea că utilizarea produselor vizate este echivalentă sau superioară alăptării ori să descurajeze alăptarea.

(3) Nu vor fi promovate și distribuite produse vizate cu prilejul furnizării informațiilor prevăzute la [alin. \(1\)](#).

Articolul 21

Este interzisă utilizarea serviciilor prestate de personal remunerat de producători sau distribuitori în scopul promovării produselor vizate către gravide sau mame.

Articolul 22

(1) Producătorii sau distribuitorii nu vor promite, oferi sau acorda, direct sau indirect, bani ori alte foloase, pentru sine sau pentru altul, personalului din sistemul de sănătate pentru a promova sau a face reclamă produselor vizate.

(2) Personalul din sistemul de sănătate nu va pretinde sau primi bani ori alte foloase, pentru sine sau pentru altul, din partea producătorilor sau a distribuitorilor, direct sau indirect, pentru a promova sau a face reclamă produselor vizate.

Articolul 23

Nu vor fi acordate donații, nu vor fi transmise cu titlu gratuit, oferite sau furnizate mostre de produse vizate ori cadouri care să promoveze produsele vizate sau să facă reclamă la acestea, către gravide, mame de sugari sau de

copii de vârstă până la 2 ani, membrii familiilor acestora ori populației, de către personalul din sistemul de sănătate, direct sau indirect, ori de către producători sau distribuitori de produse vizate, prin intermediul acestuia.

Articolul 24

În cazul în care personalul din sistemul de sănătate primește sponsorizări pentru burse de studiu sau de cercetare, pentru participarea la conferințe profesionale sau pentru orice alte activități similare ori alte facilități asemănătoare de la producătorii sau distribuitorii de produse vizate, este obligat să aducă la cunoștință în scris componentei sistemului de sănătate la care este angajat, în cadrul căreia ocupă o funcție sau de care este remunerat, că beneficiază de una dintre facilitățile menționate, iar instituția publică pe site-ul propriu aceste informații și le menține afișate timp de 3 ani.

Articolul 25

Personalul din sistemul de sănătate nu va divulga persoanelor neautorizate date cu caracter personal ale gravidelor, mamelor de sugari sau de copii de vârstă până la 2 ani ori ale familiilor acestora, sau alte date care pot conduce la identificarea acestora.

Capitolul VI

Măsuri vizând personalul de marketing

Articolul 26

Personalul de marketing nu poate desfășura activități remunerate în cadrul componentelor sistemului de sănătate.

Articolul 27

Organizarea sau desfășurarea de campanii de informare, precum și orice fel de acțiuni de informare a gravidelor, a mamelor de sugari sau de copii de vârstă până la 2 ani ori a populației, în ceea ce privește nutriția sugarilor sau a copiilor de vârstă până la 2 ani, de către personalul de marketing este permisă numai cu respectarea prevederilor [art. 7.](#)

Capitolul VII

Etichetarea

Articolul 28

Etichetele produselor vizate trebuie să conțină toate informațiile stabilite conform prevederilor legale în vigoare.

Articolul 29

Ambalajele produselor vizate sau etichetele acestora trebuie să conțină următoarele mențiuni:

- a)** avertismentul „Foarte important“;
- b)** mențiunea „Laptele matern este cea mai bună hrană pentru copilul tău“;
- c)** mențiunea „Se recomandă alăptarea exclusivă cu lapte matern pentru sugarii cu vârstă de până la 6 luni“;
- d)** o referire la faptul că produsele vizate trebuie utilizate numai la indicația medicului sau prin intermediul asistentului medical și numai după instruirea mamei privind utilizarea lor, în cazul produselor vizate destinate nutriției sugarilor sau a copiilor de vârstă până la 2 ani;
- e)** instrucțiuni pentru prepararea și utilizarea corespunzătoare a produselor vizate;
- f)** avertizări cu privire la riscurile pentru sănătate ce decurg din depozitarea, prepararea și utilizarea improprie a produselor vizate;
- g)** vârsta la care este recomandat produsul, precum și mențiuni care să permită consumatorilor să facă o distincție clară între aceste produse, în cazul produselor vizate destinate nutriției sugarilor sau a copiilor de vârstă până la 2 ani;
- h)** compoziția produsului.

Articolul 30

- (1)** Toate mențiunile de pe etichetă sau ambalaj trebuie să fie redactate în limba română, fără a exclude prezentarea acestora și în alte limbi, marcate vizibil, lizibil, ușor de înțeles și într-un mod ce nu permite ștergerea. Nu se inscripționează în locuri obscure sau întrerupte prin inscripții ori imagini.
- (2)** Ambalajul și eticheta produselor vizate nu vor conține imagini, texte sau alte elemente de natură să idealizeze utilizarea produselor vizate, să încurajeze utilizarea acestora, să sugereze ori să inducă ideea că utilizarea lor este echivalentă sau superioară alăptării ori să descurajeze alăptarea.
- (3)** Este interzisă folosirea pe ambalajul și eticheta produselor vizate a fotografiilor sau imaginilor cu sugari sau copii.
- (4)** Pot fi incluse reprezentări grafice care să faciliteze identificarea sau descrierea produsului ori să ilustreze metodele de preparare sau de utilizare a produselor vizate.

(5) Ambalajul și eticheta produselor vizate nu pot conține termenii „umanizat“, „maternizat“ sau alți termeni similari, care ar putea induce ideea că produsele vizate destinate nutriției sugarilor sau a copiilor de vârstă până la 2 ani sunt echivalente laptelui matern.

Articolul 31

Orice alte materiale însoțitoare ale produsului vizat, precum și orice materiale informative cu privire la produs sau cu privire la prepararea și utilizarea corespunzătoare a acestuia trebuie să conțină mențiunile prevăzute la [art. 29](#) și să respecte condițiile prevăzute la [art. 30](#).

Capitolul VIII Implementare și monitorizare

Articolul 32

Ministerul Sănătății este organul de specialitate al administrației publice centrale care asigură elaborarea, reglementarea și implementarea strategiilor și politicilor în domeniul nutriției sugarilor și a copiilor de vârstă până la 2 ani, inclusiv din domeniul marketingului înlocuitorilor laptelui matern, precum și al politicilor de protecție și promovare a alăptării.

Articolul 33

(1) Monitorizarea aplicării prevederilor prezentei legi se realizează de către Ministerul Sănătății și Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor.

(2) În termen de 30 de zile de la intrarea în vigoare a prezentei legi, Ministerul Sănătății emite normele de aplicare care se aprobă prin hotărâre a Guvernului.

Capitolul IX Răspundere, contravenții și sancțiuni

Articolul 34

Încălcarea dispozițiilor prezentei legi atrage, după caz, răspunderea penală, contravențională, disciplinară sau civilă.

Articolul 35

(1) Nerespectarea prevederilor [art. 6-11](#), [art. 14-22](#), [art. 26-31](#), dacă nu sunt săvârșite astfel încât să constituie infracțiuni conform legii penale, constituie contravenție și se sancționează după cum urmează:

a) cu amendă de la 500 lei la 1.000 lei în cazul faptelor săvârșite de persoane fizice;

b) cu amendă de la 5.000 lei la 100.000 lei în cazul faptelor săvârșite de persoane juridice.

(2) Constatarea contravențiilor și aplicarea sancțiunilor prevăzute la [alin. \(1\)](#) se fac după cum urmează:

a) pentru încălcarea prevederilor [art. 6](#), 7, [art. 14-21](#), [art. 27](#), de către personalul împuternicit al Ministerului Sănătății;

b) pentru încălcarea prevederilor [art. 8-11](#), [art. 22](#), [art. 26](#), [art. 28-31](#), de către personalul împuternicit al Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor.

Articolul 36

Dispozițiile referitoare la contravenții se completează cu prevederile [Ordonanței Guvernului nr. 2/2001](#) privind regimul juridic al contravențiilor, aprobată cu modificări și completări prin [Legea nr. 180/2002](#), cu modificările și completările ulterioare.

Capitolul X Dispoziții finale

Articolul 37

(1) Ministerul Economiei, Comerțului și Relațiilor cu Mediul de Afaceri notifică Comisiei Europene reglementările cuprinse în prezenta lege.

(2) Produsele vizate care fac obiectul prezentei legi și care sunt introduse pe piață sau etichetate în conformitate cu prevederile legale în vigoare pot continua să fie comercializate după intrarea în vigoare a prezentei legi, până la epuizarea stocurilor respectivelor produse vizate.

Articolul 38

Prezenta lege intră în vigoare la 6 luni de la publicarea în Monitorul Oficial al României, Partea I, cu excepția prevederilor [art. 37 alin. \(1\)](#), care intră în vigoare la 3 zile de la publicare.

Prezenta lege a fost adoptată cu respectarea prevederilor [Directivei \(UE\) 2015/1.535](#) a Parlamentului European și a Consiliului din 9 septembrie 2015 referitoare la procedura de furnizare de informații în domeniul reglementărilor tehnice și al normelor privind serviciile societății informaționale.

Această lege a fost adoptată de Parlamentul României în condițiile [art. 77 alin. \(2\)](#), cu respectarea prevederilor [art. 75](#) și ale [art. 76 alin. \(2\) din Constituția României](#), republicată.

PREȘEDINTELE CAMEREI DEPUTAȚILOR

FLORIN IORDACHE

PREȘEDINTELE SENATULUI

CĂLIN-CONSTANTIN-ANTON POPESCU-TĂRICEANU

București, 8 noiembrie 2016.

Nr. 207.
