

CAMERA DEI DEPUTATI N. 1735

PROPOSTA DI LEGGE

D'INIZIATIVA DEI DEPUTATI

GARAVAGLIA, PIERMARTINI, AGRUSTI, ALESSI, AMALFITANO, ANDREOLI, ANSELMI, ARMELLIN, AZZOLINI, BALESTRACCI, BINETTI, BONFERRONI, BORRA, BRUNETTO, CACCIA, CARRUS, CASTAGNETTI PIERLUIGI, CAVIGLIASSO, CHI-RIANO, CIOCCI CARLO ALBERTO, COLONI, CORSI, COSTA SILVIA, CURSI, DEGENNARO, FIORI, FRASSON, FRONZA CREPAZ, GOTTARDO, LATTANZIO, LATTE-RI, LUSETTI, MANCINI VINCENZO, MANFREDI, MENSORIO, NAPOLI, NICOTRA, ORSENIGO, PERANI, PERRONE, PORTATADINO, RABINO, RADI, RI-VERA, ROJCH, ROSINI, ROSSI, RUSSO VINCENZO, SARETTA, SILVESTRI, SI-NESIO, TEALDI, VAIRO, VECCHIARELLI, VISCARDI, VITI, VOLPONI, ZANIBONI, ZOPPI, AIARDI, ANTONUCCI, BATTAGLIA PIETRO, BORTOLANI, BRUNI FRAN-CESCO, CASATI, COBELLIS, GELPI, MATULLI, MELELEO, MICHELI, NENNA D'ANTONIO, PATRIA, PIREDDA, RAVASIO, REBULLA, RINALDI, ZAMBON, ZAM-PIERI, QUERCIOLO, LABRIOLA, DEL PENNINO

Presentata il 21 ottobre 1987

Norme concernenti la pubblicità informativa dei prodotti da fumo

ONOREVOLI COLLEGHI ! — Anche in questa legislatura sono numerose le iniziative che intendono produrre una revisione della legislazione vigente a proposito del divieto della propaganda pubblicitaria dei prodotti da fumo e quindi, legittimamente, può apparire di dubbia utilità ogni nuova proposta che si aggiunga alle altre in prossimità di un dibattito parlamentare che si annuncia come imminente.

Senza disconoscere in alcun modo il diritto a siffatto dubbio pare a noi che vi siano delle ragioni che militano a favore di questa proposta di legge sino a giustificarne l'approvazione.

Ragioni che si collocano sul fronte di un diverso approccio alla tematica del fumo e dei fumatori rispetto a quanti immaginano di risolvere ogni questione accentuando i caratteri proibizionistici della legislazione vigente. Eppure dovrebbe essere di facile e universale intelligibilità che forme di prevenzione basate essenzialmente sul divieto o sulla sanzione non possono essere risolutive di alcun problema anche perché risultano di non difficile elusione.

La suggestione di una sigaretta che promana da particolari scene di un film o la pubblicità indiretta connessa alle

gare automobilistiche sono messaggi — tanto per esemplificare — che già oggi nessun regime censorio può fermare e ancor meno lo potrà in un prossimo futuro allorché i programmi televisivi verranno trasmessi da satelliti geo-stazionari.

Pare quindi a noi che convenga — ancora una volta — disegnare norme regolamentari che presuppongono dei cittadini maturi e consapevoli anziché dei sudditi bisognosi di tutela.

Solo un'educazione serena e approfondita può prevenire il diffondersi dell'abitudine al fumo e solo una puntuale e capillare informazione e non già la paura, può rendere attento il fumatore e disponibile al rispetto delle norme regolamentari proposte a tutela dei cittadini non fumatori.

D'altra parte ciò che intendiamo affermare e proporre non è una novità in assoluto né è frutto esclusivo della nostra riflessione che già in Parlamento volontà e concetti assai simili hanno trovato una qualche sanzione ufficiale.

Il 27 gennaio 1983 alla Camera dei deputati, in sede di conversione in legge del decreto-legge 10 gennaio 1983, n. 4, poi convertito, con modificazioni dalla legge 22 febbraio 1983, n. 52, venne infatti presentato dai rappresentanti della Commissione finanze onorevoli Fusaro, Patria, Bellocchio, Rossi di Montelera e Fiandrotti, un ordine del giorno, accolto dal Governo per dichiarazione del Sottosegretario di Stato per le finanze, onorevole Caroli, che così recitava:

« La Camera, considerata l'attuale legislazione relativa al divieto della propaganda pubblicitaria di qualsiasi prodotto da fumo, impegna il Governo a predisporre norme atte ad assicurare la corretta e completa informazione dei consumatori sulla qualità e caratteristiche dei prodotti soprattutto ai fini della loro salute » (C 9/3845/001).

E dopo di ciò non è forse inutile ricordare il testo dell'articolo 8 di tale decreto:

« L'articolo unico della legge 10 aprile 1962, n. 165, in materia di propaganda

pubblicitaria di prodotti da fumo, è sostituito dal seguente: "La propaganda pubblicitaria di qualsiasi prodotto da fumo, nazionale od estero, è vietata. Chi trasgredisce al divieto previsto dal precedente comma è soggetto alla sanzione amministrativa da lire 5 milioni a lire 50 milioni. I proventi delle sanzioni amministrative, compresi quelli derivanti dal pagamento in misura ridotta previsto dall'articolo 16 della legge 24 novembre 1981, n. 689, sono devoluti ad un apposito capitolo dello stato di previsione della spesa del Ministero della sanità per essere destinati all'informazione ed all'educazione sanitaria nonché a studi e ricerche finalizzati alla prevenzione della patologia da fumo.

Il Ministro del tesoro è autorizzato ad apportare, con propri decreti, le occorrenti variazioni di bilancio ».

In sede di Commissione finanze e, successivamente, in Aula questo articolo fu variamente discusso. Autorevoli fonti, anche esterne al Parlamento, si levarono contro la decretazione, non rilevandone l'urgenza: altre invece sostennero la non reale incidenza di tale formulazione rispetto agli obiettivi che il decreto pareva voler raggiungere. Questa seconda impostazione stava, di fatto, all'origine della formulazione dell'ordine del giorno sopra richiamato e che il Governo condivise.

In effetti, mentre da un lato si ravvisava l'opportunità di elevare sostanzialmente le sanzioni amministrative allo scopo di scoraggiare i produttori di sigarette dal continuare nella costante e perniciosa violazione della precedente legge 10 aprile 1962, n. 165, in carenza di qualsiasi forma di controllo sui contenuti degli annunci illegali; dall'altro erano emerse sostanziali perplessità, anche con riferimento a quanto avviene negli altri Paesi della Comunità europea, circa l'obiettivo efficace di una impostazione rigidamente proibitiva.

Molte sono anche le perplessità sulla effettiva costituzionalità della legge vigente.

Senza voler fare, delle considerazioni che seguono, motivo di supporto decisivo alla nostra proposta di legge risulta di difficile comprensione come possa considerarsi rispettato l'articolo 3 della Costituzione quando a fronte di un perentorio divieto per i prodotti da fumo non esiste — tanto per fare un esempio — alcun limite alla propaganda per i superalcolici. Ed ancora risulta di difficile accettazione che il disposto della legislazione vigente non violi — in qualche misura — l'articolo 41 della Carta costituzionale, che tutela la libertà d'impresa, allorché non consente l'informazione sulle qualità distintive di prodotti in sé non vietati.

Al di là di tutto ciò sembra comunque prevalente il fatto che il divieto della pubblicità informativa danneggia più che tutelare il consumatore, privandolo delle informazioni necessarie ad effettuare una scelta razionale. Sicché esso si rivela irragionevole, così come a suo tempo lo fu il divieto alla informazione e alla educazione dell'uso degli anticoncezionali che indusse non poche donne alla pratica dell'aborto clandestino come metodo per la regolamentazione delle nascite.

Infine, si può ricordare il fatto che i prodotti da fumo sono l'unico caso di prodotto legalmente venduto sul territorio nazionale per cui non sia consentita alcuna forma di comunicazione. A pochi mesi dall'avvenuto inasprimento delle sanzioni amministrative è possibile osservare un duplice paradossale risultato: da un lato il mercato è congelato ma non diminuito intorno alle marche più note; dall'altro il divieto di informazione impedisce un teoricamente possibile ingresso sul mercato di qualsiasi nuova marca, indipendentemente dai suoi contenuti, e quindi persino quando trattasi di prodotti da preferire, per le loro caratteristiche, sotto il profilo sanitario, data la minor nocività. Del resto è noto (vedi tabella 1 allegata) che la informazione pubblicitaria per un prodotto di largo consumo maturo non incrementa il consumo globale ma si limita a spostare chi è già consumatore da una marca all'altra.

Al di là di ogni parere occorre, realisticamente, ricordare che ben il 43

per cento della popolazione italiana adulta fuma e quindi chiarire una volta per tutte l'obiettivo che il legislatore si pone.

E poiché l'obiettivo non può non essere quello della riduzione del danno sociale provocato dal fumo, occorre avere ben chiaro che tale riduzione può essere ottenuta attraverso:

a) una incisiva ed efficace opera di educazione sui rischi ed i pericoli dell'uso e dell'abuso del fumo, soprattutto diretta verso le giovani generazioni;

b) un incentivo ai produttori affinché studino, sviluppino ed introducano sul mercato prodotti da fumo meno nocivi alla salute rispetto a quelli esistenti;

c) una corretta e controllata informazione ai fumatori sulle diverse caratteristiche delle marche sul mercato con particolare attenzione ai livelli di contenuto di condensato e nicotina.

Questa è la strada per lo più perseguita negli altri paesi della Comunità Europea (vedi tabella 2 allegata): attraverso divieti integrati da norme regolamentari e da limitazioni adottate per autodisciplina dai produttori.

Pare quindi opportuno che, così come avviene in Francia, Belgio, Germania e Irlanda, anche in Italia si segua la strada della limitazione dell'uso dei prodotti da fumo con l'approvazione di una legge che preveda fra l'altro una corretta informazione al consumatore.

Questa proposta di legge intende dunque ed esplicitamente richiamarsi al citato ordine del giorno della Camera del 27 gennaio 1983 e, in particolare, a quella parte contenente l'invito « a predisporre norme atte ad assicurare la corretta e completa informazione dei consumatori sulle qualità e caratteristiche dei prodotti soprattutto ai fini della difesa della loro salute ».

In particolare, la proposta di legge che segue:

a) conferma, al livello già introdotto dal decreto-legge 10 gennaio 1983, n. 4, convertito con modificazioni dalla legge

X LEGISLATURA — DISEGNI DI LEGGE E RELAZIONI — DOCUMENTI

22 febbraio 1983, n. 52, le pene per la trasgressione di un generale divieto di propaganda pubblicitaria per i prodotti da fumo nazionali ed esteri qualora tale propaganda pubblicitaria abbia espliciti fini suggestivi;

b) incentiva i produttori nazionali ed esteri di prodotti da fumo ad intensificare le ricerche verso la produzione di prodotti da fumo meno nocivi consentendo, in quantità stabilita, su mezzi predeterminati, sotto il controllo, per ciò che attiene ai contenuti, di una apposita commissione di esperti insediata dal Ministro della sanità, la pubblicazione di messaggi pubblicitari informativi. Messaggi tali da consentire il mantenimento del necessario canale di comunicazione fra produttore e consumatore adulto, in modo da garan-

tire a quest'ultimo le informazioni necessarie per poter orientare al meglio la sua libera scelta di consumo;

c) adegua la legislazione italiana a quelle esistenti negli altri paesi della Comunità Europea, promuovendo ed appoggiando gli sforzi in atto per arrivare ad una direttiva comunitaria sull'intera materia;

d) consente, con l'applicazione di sovrapprezzo del 15 per cento sul costo *standard* della pubblicità informativa, la formazione presso il Ministero della sanità di un fondo, continuamente alimentato, presumibilmente sufficiente per realizzare, senza ulteriore aggravio per lo Stato, le opportune e necessarie campagne di educazione sui pericoli del fumo, soprattutto verso i giovani.

TABELLA 1

Consumo di sigarette in Polonia

Anno	Sigarette vendute (milioni)
1968	63.300
1969	67.870
1970	68.192
1971	73.270
1972 (*)	75.418
1973	78.423
1974	80.483
1975	80.025
1976	88.052
1977	90.677
1978	91.442
1979	92.966

(*) Introduzione divieto di pubblicità.

Consumo di sigarette in Norvegia

Anno	Sigarette vendute (milioni)	Consumo annuo adulti <i>pro capite</i>
1970	1.831	2.006
1971	1.752	1.950
1972	1.862	2.080
1973	1.842	2.070
1974	1.735	2.058
1975 (*)	1.755	2.074
1976	1.720	1.987
1977	1.957	2.049
1978	1.851	1.931
1979	2.042	2.022

(*) Introduzione divieto di pubblicità.

X LEGISLATURA - DISEGNI DI LEGGE E RELAZIONI - DOCUMENTI

Segue: TABELLA 1

Divieto di pubblicità tv per le sigarette: effetti sul consumo

Nazione	Anno in cui entra in vigore il divieto	CONSUMO DI SIGARETTE (milioni di pezzi)				
		Anni precedenti		Anno del divieto	Anni successivi	
		2	1		1	2
USA	1971	510.531	532.769	528.859	551.017	590.300
Germania Federale	1972	118.051	125.493	125.469	125.461	126.500
Gran Bretagna	1965	115.200	114.400	112.000	117.600	119.100
Canada	1972	49.800	50.900	53.300	54.900	57.100
Australia	1976	29.800	31.300	30.900	32.000	32.800
Nuova Zelanda	1962	3.082	3.191	3.383	3.703	3.796
Norvegia	1975	1.842	1.750	1.685	1.750	1.820

Divieto totale di pubblicità per le sigarette: effetti sul consumo

Nazione	Anno in cui entra in vigore il divieto	CONSUMO DI SIGARETTE (milioni di pezzi)								
		Anni precedenti				Anno del divieto	Anni successivi			
		4	3	2	1		1	2	3	4
Cile	1970	7.008	7.039	6.841	6.853	6.752	8.233	8.334	8.835	9.200
Finlandia . . .	1978	7.900	8.100	6.400	6.600	6.600	7.068	-	-	-
Italia	1962	44.906	46.584	48.313	51.864	55.826	57.154	58.599	60.621	64.645
Norvegia	1975	1.752	1.862	1.842	1.735	1.755	1.730	1.957	1.900	2.211
Singapore . . .	1971	2.823	2.758	2.762	2.828	2.840	2.983	3.235	3.300	3.300
Thailandia . . .	1969	10.322	11.700	12.195	13.532	14.400	15.375	16.100	16.800	19.400
Jugoslavia . . .	1972	29.238	33.429	34.138	35.800	35.200	35.000	40.690	41.000	40.740

X LEGISLATURA — DISEGNI DI LEGGE E RELAZIONI — DOCUMENTI

TABELLA 2

Confronto fra le legislazioni esistenti in vari paesi

Paese	Esiste legge	Esiste auto-regolamentazione	Radio-Tv	Cinema	Quotidiani	Periodici	Affissioni	Punto vendita	Altro
Belgio (CEE)	Si - 1982	—	No	No	Si - limitata	Si - limitata	Si - limitata	Si	Publicità solo informativa
Danimarca (CEE)	No	Si - 1980	No	No	Si - limitata	Si	No	Si	Codice autodisciplina
Francia * (CEE)	Si - 1976	—	No	No	Si - limitata	Si - limitata	No	Si - limitata	Publicità solo informativa
Germania (CEE)	Si - 1976	Si - 1981	No	Si - limitata	Si - limitata	Si - limitata	Si - limitata	Si	Codice autodisciplina
Grecia (CEE)	Si - 1978	—	No	Si	Si	Si	Si	Si	—
Irlanda (CEE)	Si - 1980	—	No	No	Si - limitata	Si - limitata	No	Si - limitata	Publicità solo informativa
Italia * (CEE)	Si - 1962	—	No	No	No	No	No	No	—
Lussemburgo (CEE)	No	Si	No	No	Si - limitata	Si - limitata	Si - limitata	Si	Publicità solo informativa

* Paesi con monopolio.

X LEGISLATURA — DISEGNI DI LEGGE E RELAZIONI — DOCUMENTI

Segue: TABELLA 2

Confronto fra le legislazioni esistenti in vari paesi

Paese	Esiste legge	Esiste auto-regolamentazione	Radio-Tv	Cinema	Quotidiani	Periodici	Affissioni	Punto vendita	Altro
Austria (*)	No	Sì - 1981 (solo monopolio per marche inferiori a 20 mg di contenuto)	No	Sì - limitata	Sì - limitata	Sì - limitata	Sì - limitata	Sì	Publicità solo informativa
Finlandia	Sì - 1978	—	No	No	No	No	No	No	—
Norvegia	Sì - 1975	—	No	No	No	No	No	No	—
Portogallo	Sì - 1981	—	No	Sì	Sì	Sì	Sì	Sì	—
Spagna	Sì - 1982	Sì (solo per sigarette leggere)	No	No	No	No	No	No	—
Svezia	Sì - 1980	—	No	No	No	No	No	No	—
Svizzera	Sì - 1979	Sì - 1961	No	Sì	Sì	Sì	Sì - limitata	Sì	Codice autodisciplinabile
Olanda (CEE)	No	Sì - 1981	No	Sì - limitata	Sì	Sì	Sì	Sì	Codice autodisciplinabile
Regno Unito (CEE)	No	Sì (Accordo col Governo)	No	Sì - limitata	Sì	Sì	Sì - limitata	Sì - limitata	Codice autodisciplinabile

* Paesi con monopolio.

PAGINA BIANCA

PROPOSTA DI LEGGE

PAGINA BIANCA

PROPOSTA DI LEGGE

CAPO I.

RESTRIZIONI AL FUMO NEI LOCALI
PUBBLICI, NEI LUOGHI APERTI AL
PUBBLICO E SUI MEZZI PUBBLICI DI
TRASPORTO

ART. 1.

1. È vietato fumare:

a) nei locali adibiti a degenza di malati, a visita medica, a diagnostica, a terapia, a riabilitazione e nei relativi spazi di accesso e di transito degli ospedali e delle altre strutture sanitarie pubbliche e private, nonché nei locali di attesa limitatamente agli ambienti riservati ai non fumatori, ove previsti, nelle cucine e nei locali ove avviene la preparazione del cibo;

b) nei locali adibiti ad attività didattica e negli spazi di accesso e di transito per detti locali delle scuole e delle università, nonché nelle sale riunione limitatamente agli ambienti riservati ai non fumatori, ove previsti;

c) negli autoveicoli adibiti a pubblico servizio per il trasporto collettivo delle persone, nelle vetture autofilotraviarie, nelle funicolari aeree e terrestri, nei compartimenti e nei veicoli ferroviari ad unico ambiente riservati ai non fumatori, nei compartimenti a cuccette ed in quelli delle carrozze letto, durante il servizio di notte, occupati da più di una persona;

d) nei locali al chiuso adibiti a sale di spettacolo cinematografico e teatrale, nei musei, biblioteche, sale di lettura, pinacoteche, gallerie d'arte aperte al pubblico;

e) negli uffici pubblici aperti al pubblico;

f) negli esercizi commerciali di ristorazione e somministrazione di cibi e bevande, limitatamente agli ambienti riservati per non fumatori, ove previsti.

ART. 2.

1. Coloro cui spetta per legge, regolamento o disposizioni di autorità assicurare l'ordine interno dei locali indicati all'articolo 1, curano l'osservanza del divieto e sono tenuti ad esporre, in posizione visibile, cartelli riproducenti la scritta: « Qui non si fuma. I trasgressori violano la legge ».

ART. 3.

1. I conduttori di uno dei locali indicati alla lettera d), dell'articolo 1 possono ottenere l'esenzione dall'osservanza del disposto di cui al medesimo articolo qualora installino un impianto di condizionamento dell'aria o un impianto di ventilazione rispettivamente corrispondenti alle caratteristiche di definizione e classificazione determinate dall'Ente nazionale italiano di unificazione.

ART. 4.

1. I trasgressori alle disposizioni dell'articolo 1 sono soggetti alla sanzione amministrativa del pagamento di una somma da lire 15.000 a lire 45.000.

2. Le persone indicate all'articolo 2 che non ottemperino alle disposizioni contenute in tale articolo sono soggette alla sanzione amministrativa del pagamento di una somma da lire 1.000.000 a lire 5.000.000.

CAPO II

DIVIETO DI PUBBLICITÀ PER I PRODOTTI DA FUMO

ART. 5.

1. La propaganda pubblicitaria di qualsiasi prodotto da fumo, nazionale od estero è vietata.

2. Al fine di salvaguardare il diritto alla informazione del consumatore, non rientrano nel divieto gli avvisi, di carattere pubblicitario informativo, su quotidiani (nella misura di mezza pagina per marca di prodotto per numero di quotidiano) e periodici (nella misura di una pagina per marca di prodotto per numero di periodico).

3. Tutti gli avvisi di cui al comma 2 sono appositamente autorizzati dalla Commissione di vigilanza di cui all'articolo 7. Tali avvisi, di carattere fattuale e informativo, sono diretti ad identificare il marchio, simbolo o confezione dei prodotti e ad illustrarne le caratteristiche. I messaggi non possono contenere alcun incitamento al fumo e in particolare:

a) la visualizzazione del prodotto in uso;

b) la visualizzazione di persone, anche non raffigurate nell'atto di fumare.

4. Gli editori applicano a tali avvisi un sovrapprezzo del 15 per cento e ristorano tale cifra ad un apposito capitolo dello stato di previsione della spesa del Ministero della sanità che, a sua volta, rende conto al Parlamento, di anno in anno, dell'utilizzo di tali somme per campagne di educazione sanitaria.

ART. 6.

1. Non rientra nel divieto di cui all'articolo 5 l'uso del marchio o simbolo di un prodotto da fumo per la sponsorizzazione di manifestazioni sportive, sociali o culturali. Tale uso è rigorosamente limitato al solo marchio o simbolo e non può accompagnarsi ad alcun altro elemento, visivo o verbale, di comunicazione.

ART. 7.

1. È istituita presso il Ministero della sanità una Commissione di vigilanza sulla

pubblicità informativa dei prodotti da fumo. La Commissione è composta da:

- a) un rappresentante del Ministero della sanità, con funzione di presidente;
- b) un rappresentante di organismi di difesa dei consumatori;
- c) un rappresentante dell'Azienda autonoma monopoli di Stato;
- d) un rappresentante dei produttori esteri;
- e) un rappresentante delle organizzazioni pubblicitarie;
- f) un rappresentante degli editori;
- g) un magistrato nominato dal Ministro di grazia e giustizia.

2. La Commissione valuta la conformità degli avvisi pubblicitari alle prescrizioni dell'articolo 5 e, in caso positivo, rilascia il nulla osta per la diffusione degli stessi. In caso negativo motiva per iscritto il mancato rilascio del nulla osta. Il nulla osta si intende rilasciato in caso di mancata pronuncia entro quarantacinque giorni dalla ricezione della richiesta.

ART. 8.

1. L'impiego in settori merceologici diversi del marchio impiegato per prodotti da fumo non è vietato, sempre che non assolva una funzione meramente pubblicitaria dei prodotti da fumo.

ART. 9.

1. Entro ventiquattro mesi dalla data di entrata in vigore della presente legge, su tutte le confezioni di sigarette, sia nazionali che estere, sono indicati, a cura del produttore, i dati quantitativi, per unità di prodotto, del contenuto di nicotina e condensato. Tali dati sono stabiliti in base ad una metodologia internazionalmente riconosciuta e il controllo è effettuato da un laboratorio indipendente,

sotto il controllo dell'Istituto superiore di sanità.

2. Con decreto del Ministro della sanità, emanato di concerto con il Ministro delle finanze, da pubblicare nella *Gazzetta Ufficiale*, sono inoltre resi noti ogni anno i valori medi di nicotina e condensato per ogni tipo di sigaretta inserita nella tariffa di vendita di cui alla legge 13 luglio 1965, n. 825, e successive modificazioni.

3. Entro il termine previsto dal comma 1, su tutte le unità di confezionamento dei prodotti da fumo sia italiani che esteri, in vendita al pubblico, deve essere riportata, a cura del produttore, a caratteri ben leggibili e, comunque, di altezza non inferiore a millimetri 2 la frase: « Il Ministro della sanità avverte che l'abuso di fumo è nocivo ».

4. La medesima frase, in dimensioni di centimetri 7x1,5 per pagina intera e di centimetri 4,5x1 per avviso di minor dimensione, è riportata anche negli avvisi pubblicitari di cui all'articolo 5.

ART. 10.

1. Chi trasgredisce al divieto di propaganda pubblicitaria è punito con la sanzione amministrativa del pagamento di una somma da 5 a 50 milioni di lire.

2. Chi fabbrica, introduce nello Stato per vendere, detiene per vendere o vende, unità di condizionamento senza osservare le prescrizioni di cui all'articolo 9 è punito con la sanzione amministrativa del pagamento di una somma da lire 3 a 30 milioni di lire.

ART. 11.

1. All'accertamento degli illeciti amministrativi di cui alla presente legge provvedono i competenti organi di polizia.

2. All'applicazione delle sanzioni amministrative previste dalla presente legge si provvede a norma della legge 24 novembre 1981, n. 689, come modificata dal

decreto-legge 2 dicembre 1985, n. 688,
convertito, con modificazioni, dalla legge
31 gennaio 1986, n. 11.

ART. 12.

1. Il decreto-legge 10 gennaio 1983,
n. 4, convertito, con modificazioni, dalla
legge 22 febbraio 1983, n. 52, come modi-
ficata dall'articolo 4 della legge 29 gen-
naio 1986, n. 25, è abrogato.