

32003L0033

20.6.2003

URADNI LIST EVROPSKE UNIJE

L 152/16

DIREKTIVA 2003/33/ES EVROPSKEGA PARLAMENTA IN SVETA
z dne 26. maja 2003
o približevanju zakonov in drugih predpisov držav članic o oglaševanju in sponzorstvu tobaknih izdelkov
(Besedilo velja za EGP)

EVROPSKI PARLAMENT IN SVET EVROPSKE UNIJE STA –

ob upoštevanju Pogodbe o ustanovitvi Evropske skupnosti in zlasti členov 47(2), 55 in 95 Pogodbe,

ob upoštevanju predloga Komisije ⁽¹⁾,

ob upoštevanju mnenja Evropskega ekonomsko-socialnega odbora ⁽²⁾,

po posvetovanju z Odborom regij,

v skladu s postopkom, določenim v členu 251 Pogodbe ⁽³⁾,

ob upoštevanju naslednjega:

(1) V zakonih in drugih predpisih držav članic o oglaševanju in sponzorstvu tobaknih izdelkov obstajajo razlike. Tako oglaševanje in sponzorstvo v nekaterih primerih sega preko meja držav članic ali vključuje dogodke, organizirane na mednarodni ravni, in spada med dejavnosti, za katere velja člen 49 Pogodbe. Razlike v nacionalni zakonodaji bodo verjetno povečale ovire za prosti pretok med državami članicami izdelkov ali storitev, ki se uporabljajo kot podpora takemu oglaševanju in sponzorstvu. V primeru oglaševanja v tiskanih medijih so se že pojavile nekatere ovire. V sponzorstvu se bo verjetno povečalo izkrivljanje pogojev konkurence, ki je bilo že opaženo pri organizaciji nekaterih velikih športnih in kulturnih dogodkov.

(2) Te ovire je treba odstraniti in v ta namen v posebnih primerih prilagoditi pravila za oglaševanje in sponzorstvo tobaknih izdelkov. Predvsem je potrebno podrobno opredeliti stopnjo, do katere je dovoljeno oglaševanje tobaka v določenih zvrsteh publikacij.

(3) Člen 95(3) Pogodbe od Komisije zahteva, da v svojih predlogih za vzpostavitev in delovanje notranjega trga na področju zdravja kot izhodišče upošteva visoko raven varstva. V okviru svojih pristojnosti si tudi Evropski parlament in Svet prizadevata za doseganje tega cilja. Zakonodaja držav članic, ki zahteva približevanje, je namenjena varovanju javnega zdravja z urejanjem promocije tobaka kot izdelka, ki povzroča odvisnost in je letno

odgovoren za več kot pol milijona smrti v Skupnosti, in se s tem izogniti situaciji, da mladi zaradi promocije tobaka začnejo kaditi zelo zgodaj in postanejo odvisni.

(4) Razpošiljanje publikacij kot so publikacije periodičnega tiska, časopisi in revije je na območju notranjega trga izpostavljeno precejšnjemu tveganju glede ovir za prosti pretok kot posledice zakonov in drugih predpisov držav članic, ki prepovedujejo ali urejajo oglaševanje tobaka v teh medijih. Za zagotavljanje prostega razpošiljanja vseh takih medijev na celotnem območju notranjega trga je treba omejiti oglaševanje tobaka v njih na tiste revije in publikacije periodičnega tiska, ki niso namenjeni širši javnosti, kot so publikacije, namenjene izključno strokovnjakom trženja tobaknih izdelkov ter publikacije, natisnjene in objavljene v tretjih državah, ki prvotno niso namenjene trgu Skupnosti.

(5) Zakoni in drugi predpisi držav članic za nekatere oblike sponzorstva v korist tobaknih izdelkov s čezmejnimi vplivom povzročajo občutno izkrivljanje pogojev konkurence za te dejavnosti na notranjem trgu. Za odpravo takega izkrivljanja pogojev je treba prepovedati sponzorstvo samo za tiste dejavnosti ali dogodke s čezmejnimi vplivom, ki bi drugače postali način, da se obidejo omejitve, ki veljajo za neposredne oblike oglaševanja, brez ureditve sponzorstva na čisto nacionalni ravni.

(6) Uporaba storitev informacijske družbe je sredstvo za oglaševanje tobaknih izdelkov, ki narašča skupaj z javno porabo in dostopom do teh storitev. Te storitve, tudi radijske oddaje, ki jih je mogoče prenašati preko storitev informacijske družbe, so zlasti privlačne in dostopne mladim potrošnikom. Oglaševanje tobaknih izdelkov v obeh navedenih medijih ima že po naravi teh medijev čezmejen značaj, in ga je treba urediti na ravni Skupnosti.

(7) Za brezplačno razdeljevanje tobaknih izdelkov v nekaterih državah članicah veljajo omejitve zaradi visokih možnosti za ustvarjanje odvisnosti. Primeri brezplačnega razdeljevanja so se pojavljali v okviru sponzorstva dogodkov s čezmejnimi vplivom in jih je zato treba prepovedati.

⁽¹⁾ UL C 270 E, 25.9.2001, str. 97.

⁽²⁾ UL C 36, 8.2.2002, str. 104.

⁽³⁾ Mnenje Evropskega parlamenta z dne 20. novembra 2000 (še ni bilo objavljeno v Uradnem listu) in Sklep Sveta z dne 27. marca 2000.

- (8) Mednarodno veljavni standardi za oglaševanje in sponzorstvo tobaknih izdelkov so predmet pogajanj za pravo osnutka Okvirne konvencije Svetovne zdravstvene organizacije o nadzoru tobaka. Namen teh pogajanj je ustvariti zavezujoča mednarodna pravila, ki bodo dopolnjevala pravila iz te direktive.
- (9) Komisija mora pripraviti poročilo o izvajanju te direktive. V ustreznih programih Skupnosti je treba predvideti spremljanje vplivov te direktive na javno zdravje.
- (10) Države članice morajo sprejeti primerne in učinkovite ukrepe za zagotovitev nadzora nad izvajanjem ukrepov, sprejetih po tej direktivi v skladu s svojo nacionalno zakonodajo, kot je predvideno v sporočilu Komisije Evropskemu parlamentu in Svetu o pomenu sankcij pri izvajanju zakonodaje notranjega trga Skupnosti in v Resoluciji Sveta z dne 29. junija 1995 o učinkoviti enotni uporabi prava Skupnosti in o sankcijah za kršitve prava Skupnosti na področju notranjega trga ⁽¹⁾. Ta sredstva morajo predvideti intervencije oseb ali organizacij s upravičenim interesom za ukinitve dejavnosti, ki niso v skladu s to direktivo.
- (11) Sankcije, predvidene v tej direktivi, ne vplivajo na nobeno drugo sankcijo ali pravno sredstvo, ki ga predvidevajo nacionalni predpisi.
- (12) Ta direktiva ureja oglaševanje tobaknih izdelkov v medijih z izjemo televizije, to je v tisku in drugih tiskanih publikacijah, v radijskih oddajah ter v storitvah informacijske družbe. Ureja tudi sponzorstvo s strani tobaknih podjetij radijskih programov in dogodkov ali dejavnosti, ki zajemajo, ali se odvijajo v več državah članicah ali na drug način izkazujejo čezmejni vpliv, vključno brezplačno razdelitvijo ali razdelitvijo po znižani ceni tobaknih izdelkov. Druge oblike oglaševanja, kot je posredno oglaševanje, tudi sponzorstvo dogodkov ali dejavnosti brez čezmejnih vplivov, ne sodijo v področje uporabe te direktive. Ob upoštevanju Pogodbe države članice obdržijo pristojnost za urejanje teh zadev, kot je po njihovem mnenju potrebno, da zagotovijo varovanje zdravja ljudi.
- (13) Oglaševanje zdravil za ljudi ureja Direktiva 2001/83/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 6. novembra 2001 o kodeksu Skupnosti v zvezi z zdravili za ljudi ⁽²⁾. Oglaševanje izdelkov, namenjenih za uporabo pri premagovanju odvisnosti od tobaka, ne sodi v področje uporabe te direktive.
- (14) Ta direktiva ne vpliva na Direktivo Sveta 89/552/EGS z dne 3. oktobra 1989 o uskladitvi nekaterih zakonov in drugih predpisov držav članic o opravljanju dejavnosti razširjanja televizijskih programov ⁽³⁾, ki prepoveduje vse oblike televizijskega oglaševanja cigaret in drugih tobaknih izdelkov. Direktiva 89/552/EGS predvideva, da televizijskih programov ne smejo sponzorirati podjetja, katerih glavna dejavnost je proizvodnja ali prodaja cigaret in drugih tobaknih izdelkov ali opravljanje storitev, oglaševanje katerih prepoveduje ta direktiva. Direktiva 89/552/EGS prepoveduje tudi televizijsko prodajo tobaknih izdelkov.
- (15) Nadnacionalni značaj oglaševanja priznava Direktiva Sveta 84/450/EGS z dne 10. septembra 1984 o približevanju zakonov in drugih predpisov držav članic o zavajajočem oglaševanju ⁽⁴⁾. Direktiva 2001/37/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 5. junija 2001 o približevanju zakonov in drugih predpisov držav članic o izdelavi, predstavitvi in prodaji tobaknih izdelkov ⁽⁵⁾, vsebuje določbe o uporabi zavajajočih napisov na nalepkah tobaknih izdelkov, katerih čezmejni učinek je prav tako priznan.
- (16) Direktivo 98/43/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 6. julija 1998 o približevanju zakonov in drugih predpisov držav članic o oglaševanju in sponzorstvu tobaknih izdelkov ⁽⁶⁾ je Sodišče Evropskih skupnosti razveljavilo s primerom C-376/98 *Zvezna republika Nemčija proti Evropskemu parlamentu in Svetu Evropske unije* ⁽⁷⁾. Sklicevanje na Direktivo 98/43/ES se razlaga kot sklicevanje na to direktivo.

⁽²⁾ UL L 311, 28.11.2001, str. 67

⁽³⁾ UL L 298, 17.10.1989, str. 23. Direktiva kakor je bila spremenjena z Direktivo 97/36/ES Evropskega parlamenta in Sveta (UL L 202, 30.7.1997, str. 60).

⁽⁴⁾ UL L 250, 19.9.1984, str. 17. Direktiva kakor je bila spremenjena z Direktivo 97/55/ES Evropskega parlamenta in Sveta (UL L 290, 23.10.1997, str. 18).

⁽⁵⁾ UL L 194, 18.7.2001, str. 26.

⁽⁶⁾ UL L 213, 30.7.1998, str. 9.

⁽⁷⁾ [2000] PSES I-8419.

⁽¹⁾ UL C 188, 22.7.1995, str. 1.

(17) V skladu z načelom sorazmernosti je za doseganje osnovnih ciljev pravnega delovanja notranjega trga treba in je ustrezno določiti pravila o oglaševanju in sponzorstvu tobačnih izdelkov. Ta direktiva ne presega tistega, kar je potrebno za doseg ciljev iz tretjega odstavka člena 5 Pogodbe.

(18) Ta direktiva spoštuje temeljne pravice in upošteva načela, ki jih zlasti priznava Listina Evropske unije o temeljnih pravicah. Ta direktiva si zlasti prizadeva za zagotovitev spoštovanja temeljne pravice do svobode izražanja –

SPREJELA NASLEDNJO DIREKTIVO:

Člen 1

Predmet in področje uporabe

1. Cilj te direktive je približevanje zakonov in drugih predpisov držav članic o oglaševanju tobačnih izdelkov in njihovi promociji:

- (a) v tisku in drugih tiskanih publikacijah;
- (b) v radijskih oddajah;
- (c) v storitvah informacijske družbe; in
- (d) preko sponzorstva, povezanega s tobakom, vključno z brezplačnim razdeljevanjem tobačnih izdelkov.

2. Ta direktiva je namenjena zagotovitvi prostega pretoka zadevnih medijev in s temi povezanih storitev ter odstranjevanju ovir pri delovanju notranjega trga.

Člen 2

Opredelitve pojmov

Za namene te direktive izraz:

- (a) „tobačni izdelek“ pomeni vse izdelke, izdelane vsaj delno iz tobaka, ki so namenjeni za kajenje, njuhanje, sesanje ali žvečenje;
- (b) „oglaševanje“ pomeni vsako obliko komercialnega obveščanja, ki ima namen ali neposredni ali posredni učinek promocije tobačnega izdelka;
- (c) „sponzorstvo“ pomeni vsako obliko javnega ali zasebnega prispevka za vsak dogodek, dejavnost ali posameznika, ki ima namen ali neposredni ali posredni učinek promocije tobačnega izdelka;
- (d) „storitve informacijske družbe“ pomeni storitve v smislu člena 1(2) Direktive 98/34/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 22. junija 1998 o določitvi postopka za zbiranje

informacij na področju tehničnih standardov in tehničnih predpisov ter pravil, ki veljajo za storitve informacijske družbe ⁽¹⁾.

Člen 3

Oglaševanje v tiskanih medijih in storitvah informacijske družbe

1. Oglaševanje v tisku in drugih tiskanih publikacijah se omeji na publikacije, ki so namenjene izrecno strokovnjakom trgovine s tobakom, ter na publikacije, tiskane in objavljene v tretjih državah, ki prvotno niso namenjene za trg Skupnosti.

Drugo oglaševanje v tisku in drugih tiskanih publikacijah se prepove.

2. Oglaševanje, ki ni dovoljeno v tisku in drugih tiskanih publikacijah, se ne dovoli v storitvah informacijske družbe.

Člen 4

Radijsko oglaševanje in sponzorstvo

1. Prepovejo se vse oblike radijskega oglaševanja tobačnih izdelkov.

2. Radijskih programov ne smejo sponzorirati podjetja, katerih glavna dejavnost je izdelava ali prodaja tobačnih izdelkov.

Člen 5

Sponzorstvo dogodkov

1. Prepove se sponzorstvo dogodkov ali dejavnosti, ki vključujejo ali se odvijajo v več državah članicah ali imajo drugače čezmejne vplive.

2. Prepove se vsaka prosta razdelitev tobačnih izdelkov v smislu sponzorstva dogodkov, kot navaja odstavek 1, ki ima namen ali neposreden ali posreden učinek promocije tobačnih izdelkov.

Člen 6

Poročilo

Komisija najkasneje do 20. junija 2008 Evropskemu parlamentu, Svetu in Evropskemu ekonomsko-socialnemu odboru predloži poročilo o izvajanju te direktive. Poročilo spremljajo morebitni predlogi za spremembo te direktive, ki so po mnenju Komisije potrebne.

⁽¹⁾ UL L 204, 21.7.1998, str. 37. Direktiva, kakor je bila spremenjena z Direktivo 98/48/ES (UL L 217, 5.8.1998, str. 18).

Člen 7

Sankcije in izvrševanje

Države članice določijo pravila o sankcijah za kršitve nacionalnih predpisov, sprejetih na podlagi te direktive, in sprejmejo vse potrebne ukrepe, da zagotovijo izvajanje sankcij. Predvidene sankcije morajo biti učinkovite, sorazmerne in odvračilne. Države članice ta pravila sporočijo Komisiji najkasneje do datuma, določenega v členu 10, in jo takoj obvestijo o vsaki kasnejši spremembi pravil.

Ta pravila zajemajo predpise, na podlagi katerih osebe ali organizacije, ki v skladu z nacionalno zakonodajo utemeljijo svoj upravičeni interes za ukinitve oglaševanja, sponzorstva ali drugih zadev, nezdružljivih s to direktivo, lahko sprožijo sodne postopke proti takemu oglaševanju ali sponzorstvu ali o takem oglaševanju ali sponzorstvu obvestijo upravni organ, ki je pristojen, da odloči o pritožbi ali da sproži sodni postopek.

Člen 8

Prosti pretok izdelkov in storitev

Države članice ne smejo prepovedati ali ovirati prostega pretoka izdelkov ali storitev, ki izpolnjujejo določbe te direktive.

Člen 9

Sklicevanje na Direktivo 98/43/ES

Vsa sklicevanja na razveljavljeno Direktivo 98/43/ES se štejejo kot sklicevanja na to direktivo.

Člen 10

Izvajanje

1. Države članice sprejmejo zakone in druge predpise, potrebne za usklajitev s to direktivo, najkasneje do 31. julija 2005. O tem takoj obvestijo Komisijo.

Države članice se v sprejetih ukrepih sklicujejo na to direktivo ali pa sklic nanjo navedejo ob njihovi uradni objavi.

2. Način sklicevanja določijo države članice.

Člen 11

Začetek veljavnosti

Ta direktiva začne veljati dvajseti dan po objavi v *Uradnem listu Evropske unije*.

Člen 12

Naslovniki

Ta direktiva je naslovljena na države članice.

V Bruslju, 26. maja 2003

Za Evropski parlament

Predsednik

P. COX

Za Svet

Predsednik

G. DRYG