

**Forslag til Europa-Parlamentets og Rådets direktiv om indbyrdes tilnærmelse af medlemsstaternes love og administrative bestemmelser om reklame for tobaksvarer og sponsoring til fordel for disse**

(2001/C 270 E/12)

(EØS-relevant tekst)

KOM(2001) 283 endelig udg. — 2001/0119(COD)

(Forelagt af Kommissionen den 20. juni 2001)

EUROPA-PARLAMENTET OG RÅDET FOR DEN  
EUROPÆISKE UNION HAR —

under henvisning til traktaten om oprettelse af Det Europæiske Fællesskab, særlig artikel 47, stk. 2, artikel 55 og artikel 95,

under henvisning til forslag fra Kommissionen,

under henvisning til udtalelse fra Det Økonomiske og Sociale Udvalg,

under henvisning til udtalelse fra Regionsudvalget,

efter proceduren i traktatens artikel 251 <sup>(1)</sup>, og

ud fra følgende betragtninger:

(1) Der er en række forskelle mellem medlemsstaternes bestemmelser om reklame for tobaksvarer og sponsoring til fordel for disse. Reklamen og sponsoringen overskrider i visse tilfælde medlemsstaternes grænser eller berører internationale arrangementer og udgør aktiviteter, der er omfattet af traktatens artikel 49. Forskellene i de nationale forskrifter kan i stigende grad lægge hindringer i vejen for den frie bevægelighed mellem medlemsstaterne for de produkter eller tjenesteydelser, der anvendes som grundlag for denne reklame og sponsoring. Hvad angår reklamer i den skrevne presse er der allerede set eksempler på hindringer. Hvad angår sponsoring kan der i stigende grad opstå konkurrenceforvridning, således som det allerede er konstateret i forbindelse med afholdelse af visse større sports- og kulturarrangementer.

(2) Disse hindringer bør fjernes, og bestemmelserne om reklame for tobaksvarer og sponsoring til fordel for disse bør i nærmere bestemte tilfælde tilnærmes hinanden. Det bør især nærmere fastsættes, i hvilket omfang reklamer er tilladt i bestemte kategorier publikationer.

(3) Ifølge traktatens artikel 95, stk. 3, skal Kommissionen i sine forslag med henblik på det indre markeds oprettelse og funktion inden for sundhed bygge på et højt beskyttelsesniveau. Europa-Parlamentet og Rådet bestræber sig ligeledes på inden for deres respektive kompetenceområder at nå dette mål. De nationale forskrifter, der skal tilnærmes hinanden, har til formål at beskytte folkesundheden ved at opstille regler for reklame for tobak, der er et vanedannende produkt, som er skyld i over en halv million dødsfald om året i EU, idet det herved søges undgået, at unge mennesker som følge af reklamerne begynder at ryge tidligt og bliver afhængige.

(4) Der er en mærkbar risiko for hindringer af den frie bevægelighed i det indre marked for publikationer, f.eks. tidsskrifter, aviser og blade, som følge af de love og administrative bestemmelser i medlemsstaterne, som forbyder eller regulerer tobaksreklamer i de pågældende medier. For at sikre fri bevægelighed i det indre marked for alle sådanne medier er det nødvendigt, at tobaksreklamer deri begrænses til kun at forekomme i blade og tidsskrifter, der ikke henvender sig til befolkningen som helhed, f.eks. branchetidsskrifter, og til publikationer, der udgives og trykkes i tredjelande, og som ikke primært er henvendt til EU's marked.

(5) Medlemsstaternes love og administrative bestemmelser om visse typer sponsoring til fordel for tobaksvarer med virkninger på tværs af grænserne indebærer en mærkbar risiko for konkurrenceforvridning i forbindelse med disse typer sponsoring i det indre marked. For at undgå en sådan forvridning er det nødvendigt at forbyde denne form for sponsoring, men kun i forbindelse med aktiviteter eller arrangementer med virkninger på tværs af grænserne, idet der ikke fastsættes bestemmelser om sponsoring på udelukkende nationalt plan, hvilket ellers kunne være en måde at omgå restriktionerne for de direkte reklameformer på.

(6) Der reklameres i stigende grad for tobaksvarer ved brug af informationssamfundets tjenester i takt med befolkningens øgede anvendelse af og adgang til disse tjenester. Disse tjenester samt radiovirksomhed, som også kan transmitteres over informationstjenesterne, er især tillokkende og tilgængelige for unge forbrugere. Tobaksreklamer via disse medier er grænseoverskridende og bør reguleres på fællesskabsplan.

<sup>(1)</sup> Europa-Parlamentets udtalelse af [...].

- (7) Der findes i flere medlemsstater restriktioner for gratis uddeling af tobaksvarer, da disse i høj grad kan skabe afhængighed. Der har været tilfælde af gratis uddeling i forbindelse med sponsorering af arrangementer med virkninger på tværs af grænserne, og det bør derfor forbydes.
- (8) Internationale standarder for reklame for tobaksvarer og sponsorering til fordel for disse indgår i forhandlingerne om udarbejdelse af en WHO-rammekonvention om bekæmpelse af tobaksrygning. Formålet med forhandlingerne er at skabe bindende internationale regler, som skal supplere direktivets bestemmelser.
- (9) Gennemførelsen af direktivet i medlemsstaterne og påvisning af yderligere hindringer for et velfungerende indre marked bør undersøges. I dette øjemed bør der fastsættes bestemmelser om, at Kommissionen udarbejder en rapport, evt. ledsaget af de fornødne forslag. De relevante fællesskabsprogrammer bør indeholde bestemmelser om overvågning af dette direktivs virkninger på folkesundheden.
- (10) Medlemsstaterne bør tage passende og effektive midler i brug ved kontrollen med gennemførelsen af de nationale bestemmelser, som de under overholdelse af deres nationale lovgivning vedtager i henhold til dette direktiv, jf. Kommissionens meddelelse til Europa-Parlamentet og Rådet om betydningen af sanktioner for gennemførelsen af fællesskabslovgivningen vedrørende det indre marked <sup>(1)</sup> og Rådets resolution af 29. juni 1995 om en ensartet og effektiv gennemførelse af fællesskabsretten og om sanktioner i tilfælde af overtrædelse af dens bestemmelser vedrørende det indre marked <sup>(2)</sup>. Disse midler bør omfatte bestemmelser, hvorved personer eller organisationer, der har en berettiget interesse i, at aktiviteter, der ikke er i overensstemmelse med dette direktiv, ophører, kan gribe ind.
- (11) Sanktionerne i henhold til dette direktiv berører ikke andre mulige sanktioner eller retsmidler i medfør af national lovgivning.
- (12) Reklame for humanmedicinske lægemidler er omfattet af Rådets direktiv 92/28/EØF af 31. marts 1992 om reklame for humanmedicinske lægemidler <sup>(3)</sup>. Reklame for tobaksafvænningsmidler er ikke omfattet af nærværende direktivs anvendelsesområde.
- (13) Nærværende direktiv berører ikke Rådets direktiv 89/552/EØF af 3. oktober 1989 om samordning af visse love og administrative bestemmelser i medlemsstaterne vedrørende udøvelse af tv-radiospredningsvirksomhed <sup>(4)</sup>, som forbyder alle former for fjernsynsreklamer vedrørende cigaretter og andre tobaksvarer. I direktiv 89/552/EØF fastsættes det, at fjernsynsprogrammerne ikke må sponsoreres af fysiske eller juridiske personer, hvis hovedvirksomhed er fremstilling eller salg af produkter eller præstation af tjenesteydelser, for hvilke reklame er forbudt i henhold til direktivet. Teleshopping vedrørende tobaksvarer er ligeledes forbudt ifølge direktiv 89/552/EØF.
- (14) Reklamers tværnationale karakter anerkendes i Rådets direktiv 84/450/EØF af 10. september 1984 om indbyrdes tilnærmelse af medlemsstaternes love og administrative bestemmelser om vildledende reklame <sup>(5)</sup>. Direktiv 2001/37/EF af ... 2001 om indbyrdes tilnærmelse af medlemsstaternes love og administrative bestemmelser om fremstilling, præsentation og salg af tobaksvarer indeholder bestemmelser om anvendelsen ved mærkningen af tobaksvarer af vildledende betegnelser, hvis grænseoverskridende virkning ligeledes er blevet erkendt.
- (15) Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 98/43/EF af 6. juli 1989 om indbyrdes tilnærmelse af medlemsstaternes love og administrative bestemmelser om reklame for tobaksvarer og sponsorering til fordel for disse <sup>(6)</sup> blev annulleret af Domstolen ved sag nr. C-376/98, Forbundsrepublikken Tyskland mod Europa-Parlamentet og Rådet for Den Europæiske Union <sup>(7)</sup>. Henvisninger til direktiv 98/43/EF er derfor henvisninger til dette direktiv.
- (16) I overensstemmelse med proportionalitetsprincippet er det for at virkeliggøre det grundlæggende mål, nemlig det indre markeds funktion, nødvendigt og hensigtsmæssigt at fastsætte bestemmelser om reklame for tobaksprodukter og sponsorering til fordel for disse. Bestemmelserne i dette direktiv er ikke mere vidtgående, end hvad der er nødvendigt for at nå de mål, der tilstræbes i traktatens artikel 5, stk. 3.
- (17) I denne retsakt overholdes de grundlæggende rettigheder og de principper, som bl.a. Den Europæiske Unions charter om grundlæggende rettigheder anerkender som fællesskabsrettens almindelige principper. Især søges overholdelsen af ytringsfriheden respekteret med dette direktiv —
- (14) EFT L 298 af 17.10.1989, s. 23. Direktivet er ændret ved direktiv 97/36/EF (EFT L 202 af 30.7.1997, s. 60).
- (15) EFT L 250 af 19.9.1984, s. 17. Direktivet er ændret ved direktiv 97/55/EF (EFT L 290 af 23.10.1997, s. 18).
- (16) EFT L 213 af 30.7.1998, s. 9.
- (17) Sml. 2000, s. I-8419.

<sup>(1)</sup> KOM(95) 162 endelig udg.

<sup>(2)</sup> EFT C 188 af 22.7.1995, s. 1.

<sup>(3)</sup> EFT L 113 af 30.4.1992, s. 13.

UDSTEDT FØLGENDE DIREKTIV:

#### Artikel 1

##### Indhold og rækkevidde

Ved dette direktiv tilnærmes indbyrdes medlemsstaternes love og administrative bestemmelser om reklame for tobaksvarer og salgsfremme heraf:

- a) i den skrevne presse og andre trykte publikationer
- b) i radioudsendelser
- c) ved brug af informationssamfundets tjenester
- d) ved sponsorering til fordel for tobak, herunder gratis uddeling af tobaksvarer.

Formålet hermed er at gennemføre fri bevægelighed for de berørte medier og tilsvarende tjenester og at fjerne hindringer for, at det indre marked kan fungere tilfredsstillende.

#### Artikel 2

##### Definitioner

I dette direktiv forstås ved:

- a) »tobaksvarer«: varer, der er bestemt til at ryges, indsnuses, suttes eller tygges, hvis de, også selv om kun delvis, er fremstillet af tobak
- b) »reklame«: enhver form for kommerciel meddelelse med sigte på at fremme afsætningen af en tobaksvarer eller med dette som en direkte eller indirekte virkning
- c) »sponsorering«: enhver form for offentligt eller privat bidrag til et arrangement, en aktivitet eller en enkeltperson med sigte på at fremme afsætningen af en tobaksvarer eller med dette som en direkte eller indirekte virkning
- d) »informationssamfundets tjenester«: tjenester som defineret i artikel 1, nr. 2, i Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 98/34/EF <sup>(1)</sup>.

#### Artikel 3

##### Reklame i trykte medier eller ved brug af informationssamfundets tjenester

1. Reklame i den skrevne presse og i andet trykt materiale er kun tilladt i publikationer, der udelukkende henvender sig til fagfolk i tobaksbranchen, og i publikationer, der udgives og trykkes i tredjelande, såfremt de ikke hovedsageligt er bestemt for fællesskabsmarkedet.

Anden reklame i den skrevne presse og andre trykte publikationer forbydes.

2. Reklame, der ikke er tilladt i den skrevne presse og andre trykte publikationer, er ikke tilladt i forbindelse med informationssamfundets tjenester.

#### Artikel 4

##### Radioreklame og sponsorering

1. Alle former for radioreklamer for tobaksvarer forbydes.
2. Radioprogrammer må ikke sponsoreres af foretagender, hvis hovedvirksomhed er fremstilling eller salg af tobaksvarer.

#### Artikel 5

##### Sponsorering af arrangementer

1. Sponsorering af arrangementer eller aktiviteter, der inddrager eller foregår i flere medlemsstater, eller som på anden vis har virkninger på tværs af grænserne, forbydes.
2. Gratis uddeling af tobaksvarer i forbindelse med sponsorering af arrangementer som omhandlet i stk. 1, som tager sigte på at fremme afsætningen af tobaksvarer eller har dette som en direkte eller indirekte virkning, forbydes.

#### Artikel 6

##### Rapport

Kommissionen forelægger senest fem år efter ikrafttrædelsen af dette direktiv Europa-Parlamentet, Rådet og Det Økonomiske og Sociale Udvalg en rapport om gennemførelsen af direktivet. Rapporten ledsages af eventuelle forslag til ændringer af direktivet, som Kommissionen finder nødvendige.

#### Artikel 7

##### Håndhævelse

Medlemsstaterne fastsætter de sanktioner, der skal anvendes i tilfælde af overtrædelse af de nationale bestemmelser, der er vedtaget til gennemførelse af nærværende direktiv, og træffer enhver foranstaltning til at sikre deres iværksættelse. Sanktionerne skal være effektive, stå i rimeligt forhold til overtrædelsen og have en afskrækkende virkning. Medlemsstaterne giver senest på den i artikel 10 fastsatte dato Kommissionen meddelelse om disse bestemmelser, og enhver senere ændring meddeles omgående.

Disse regler skal omfatte bestemmelser, der sikrer, at personer eller organisationer, der ifølge national lovgivning kan dokumentere en berettiget interesse i, at reklame, sponsorering eller andet, der ikke er i overensstemmelse med dette direktiv, ophører, kan anlægge sag til prøvelse af sådanne reklamers eller en sådan sponsorings lovlighed eller forelægge sådanne reklamer eller en sådan sponsorering for et administrativt organ, der har beføjelse til at træffe afgørelse om klagerne eller indlede passende retsforfølgning.

<sup>(1)</sup> EFT L 204 af 21.7.1998, s. 37.

*Artikel 8***Fri omsætning af varer og tjenesteydelser**

Medlemsstaterne kan ikke forbyde eller begrænse den frie omsætning af varer og tjenesteydelser, der er i overensstemmelse med dette direktiv.

*Artikel 9***Henvisninger til direktiv 98/43/EF**

Henvisninger til direktiv 98/43/EF skal forstås som henvisninger til nærværende direktiv.

*Artikel 10***Gennemførelse**

Medlemsstaterne sætter de nødvendige love og administrative bestemmelser i kraft for at efterkomme dette direktiv senest den 31. juli 2005. De underretter straks Kommissionen herom.

Disse love og bestemmelser skal ved vedtagelsen indeholde en henvisning til dette direktiv eller skal ved offentliggørelsen ledsages af en sådan henvisning. De nærmere regler for denne henvisning fastsættes af medlemsstaterne.

*Artikel 11***Ikrafttrædelse**

Dette direktiv træder i kraft på tyvendedagen efter offentliggørelsen i *De Europæiske Fællesskabers Tidende*.

*Artikel 12***Adressater**

Dette direktiv er rettet til medlemsstaterne.

---