

COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS

COM(89) 163 final/2 - SYN 194

Bruselas, 18 de abril de 1989

VERSION REVISADA

Propuesta de

DIRECTIVA DEL CONSEJO

sobre la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros en materia de publicidad de los productos del tabaco mediante prensa y carteles

(presentada por la Comisión)

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

La presente propuesta de Directiva del Consejo trata de la publicidad mediante prensa y carteles de productos del tabaco. La publicidad radiotelevisada ya está cubierta por las propuestas de la Comisión Europea sobre política audiovisual en la Comunidad Europea (documentos COM(86)146 final y COM(88)154 final). Esta propuesta de Directiva dispone en su artículo 9 que se prohíbe la publicidad radiotelevisada de cigarrillos y demás productos del tabaco.

1. RESUMEN DE LA SITUACIÓN

Las disposiciones nacionales sobre publicidad mediante prensa y carteles pueden revestir las siguientes formas:

- a) prohibición total: en dos países, Italia y Portugal, se prohíbe cualquier publicidad de los productos del tabaco.

- b) prohibición en publicaciones destinadas a los jóvenes: en Bélgica se prohíbe la publicidad en la prensa infantil; en Irlanda se prohíbe la publicidad en revistas destinadas principalmente a jóvenes menores de 18 años; en Luxemburgo, la prohibición afecta a los periódicos y revistas destinados a los menores. A estos tres países hay que añadir, lógicamente, Italia y Portugal. Hay que señalar también que en el Reino Unido está prohibida la utilización de héroes juveniles (cow-boys, etc.) y personas menores de 25 años.

- c) limitación parcial de la publicidad mediante prensa y carteles: cuando no está prohibida, la publicidad de productos del tabaco está regulada por vía legislativa o por acuerdos entre la industria del tabaco y el Ministerio de Sanidad (Dinamarca, España, Países Bajos, Reino Unido).

En Bélgica, Francia e Irlanda sólo se permite la presentación del envase y ciertos datos concretos sobre la marca con el fin de evitar informaciones o evocaciones engañosas.

Finalmente, en seis países -Bélgica, Dinamarca, República Federal de Alemania, Irlanda, Países Bajos y Reino Unido- la publicidad de productos del tabaco debe ir acompañada de la advertencia obligatoria que aparece en los envases del producto. En Irlanda está determinada la superficie de la advertencia (al menos un 15%), así como en el Reino Unido (17,5%). Por otro lado, en Irlanda la ley dispone que el Ministerio de Sanidad puede denegar la circulación de prensa extranjera si no se conforma a la reglamentación irlandesa.

2. FUNDAMENTO DE LA ACCIÓN COMUNITARIA

Los ciudadanos de los 12 Estados miembros van a utilizar cada vez más en el aprendizaje de idiomas o dentro de sus actividades profesionales periódicos, revistas y publicaciones de otros países de la Comunidad Europea. Los carteles publicitarios, que en todos los Estados miembros se rigen por las mismas normas que la publicidad mediante prensa, también están adquiriendo una dimensión internacional cada vez mayor, ya que, actualmente, la publicidad de los productos del tabaco se hace de manera centralizada, a escala comunitaria e incluso mundial. Por ello, es importante garantizar la libre circulación de estos medios de comunicación y evitar que surjan obstáculos a su difusión debido a una falta de conformidad de las publicaciones y carteles con las disposiciones nacionales sobre publicidad de productos del tabaco.

La eliminación para 1992 de todas las barreras que entorpecen los intercambios exige que se armonicen las disposiciones nacionales sobre publicidad de productos del tabaco mediante prensa y carteles. Esta eliminación permitirá garantizar la libre circulación de la publicidad de productos del tabaco según las normas contempladas en la presente propuesta y evitar las distorsiones de competencia entre la publicidad mediante prensa y la publicidad mediante carteles. Además, en el apartado 3 del artículo 100A del Acta Única se dispone que "la Comisión en sus propuestas previstas en el apartado 1 referentes a la aproximación de las legislaciones en materia de salud, seguridad, protección del medio ambiente y protección de los consumidores, se basará en un nivel de protección elevado".

A la vista de la actual normativa en la mayoría de los Estados miembros, la Comisión Europea estima que ya no es posible imponer, en estas circunstancias, una prohibición pura y simple de la publicidad de productos del tabaco mediante prensa y carteles. La presente Directiva, que introduce una armonización parcial, se inspira en el modelo más avanzado de publicidad, que es el de Irlanda: una parte importante del espacio publicitario debe ir cubierta por unas advertencias desprovistas de toda ambigüedad que se van alternando. Por razones de continuidad y coherencia, la lista de mensajes admitidos a nivel comunitario es la misma que la contenida en la propuesta de Directiva sobre "etiquetado de productos del tabaco".

Por otra parte, esta propuesta de Directiva coincide con la normativa vigente o en curso de elaboración en la que se prohíbe la publicidad indirecta al limitarse el contenido de la publicidad autorizada a la mera representación del producto del tabaco de que se trate. Lo que se intenta evitar es que se asocie el consumo de productos del tabaco con el éxito profesional o sexual, la conquista de los grandes horizontes y el aire puro, la aventura y la libertad.

Los Estados miembros podrán prohibir la publicidad de los productos del tabaco, ya sea totalmente, ya en determinados casos o lugares. Del mismo modo que en Irlanda, la presente propuesta de Directiva prohíbe la publicidad en la prensa destinada principalmente a jóvenes menores de 18 años.

3. COMENTARIOS SOBRE LOS ARTÍCULOS

Artículo 1: en él se define el campo de aplicación y el término "tabaco". La definición de este término es la expresada en las anteriores propuestas de directiva sobre el tema.

Artículo 2: en él se fijan las normas que regulan la inscripción de advertencias en la publicidad de productos del tabaco mediante prensa o carteles. Por razones de coherencia y continuidad el sistema es el mismo que el de la propuesta de Directiva sobre "etiquetado de productos del tabaco".

La disposición relativa al porcentaje mínimo de superficie que hay que cubrir se refiere únicamente al espacio real ocupado por las palabras utilizadas en el texto mismo de la advertencia.

Artículo 3: el apartado 1 dispone que el contenido del mensaje publicitario se limite a la simple presentación del envase del producto y a unos datos concretos sobre las características del mismo (índice de alquitrán, nicotina, etc.), con el fin de evitar una publicidad engañosa.

A semejanza de lo dispuesto en la propuesta de Directiva sobre el ejercicio de actividades de radiodifusión (COM(88) 154 final), el apartado 2 prohíbe la publicidad indirecta de los productos del tabaco.

Artículo 4: prohíbe la publicidad de productos del tabaco en publicaciones juveniles, como ya sucede en Bélgica, Irlanda, Luxemburgo, Italia y Portugal. Para evitar problemas en la aplicación de la Directiva, se ha fijado una edad concreta (18 años).

Artículo 5: garantiza la libre circulación de publicaciones y carteles que respeten la presente Directiva en lo referente a la publicidad de productos del tabaco. Como es lógico, no se prohíbe la comercialización de publicaciones que no contengan publicidad de productos del tabaco. Por otra parte, autoriza a los Estados miembros que lo deseen a imponer restricciones suplementarias (como por ejemplo, la prohibición de fijar carteles publicitarios en determinados lugares), o incluso a prohibir por completo la publicidad mediante prensa y carteles. No obstante, cuando estos tipos de publicidad estén autorizados, deberán cumplir las normas contenidas en la presente Directiva.

Artículos 6 y 7: son artículos de índole rutinaria.

Propuesta de
DIRECTIVA DEL CONSEJO

sobre la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y ,
administrativas de los Estados miembros en materia de publicidad
de los productos del tabaco mediante prensa y carteles

EL CONSEJO DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS,

Visto el Tratado constitutivo de la Comunidad Económica Europea y, en particular, su artículo 100A,

Vista la propuesta de la Comisión ⁽¹⁾,

En cooperación con el Parlamento Europeo ⁽²⁾,

Visto el dictamen del Comité Económico y Social ⁽³⁾,

Considerando que existen divergencias entre las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros en materia de publicidad de los productos del tabaco mediante prensa y carteles; que la publicidad por dichos medios traspasa las fronteras de los Estados miembros y que dichas disparidades pueden crear barreras que entorpezcan los intercambios y provoquen distorsiones de la competencia, obstaculizando la realización y el funcionamiento del mercado interior;

Considerando que procede eliminar tales barreras y que, para ello, deben armonizarse las normas que rigen la publicidad de los productos del tabaco por dichos medios, dejando a los Estados miembros la posibilidad de prescribir, en determinadas condiciones, los requisitos que consideren necesarios para garantizar la protección de la salud de las personas;

Considerando que dichas normas deben tener debidamente en cuenta la protección de la salud de las personas, y de los jóvenes en especial;

Considerando que el Consejo Europeo de Milán, celebrado los días 28 y 29 de junio de 1985, afirmó la conveniencia de emprender un Programa europeo de lucha contra el cáncer;

Considerando que, en su Resolución de 7 de julio de 1986, referente ⁽⁴⁾ a un Programa de acción de las Comunidades Europeas contra el cáncer, el Consejo y los Representantes de los gobiernos de los Estados miembros, reunidos en el seno del Consejo, fijaron como objetivo del Programa la mejora de la salud y la calidad de vida de los ciudadanos de la Comunidad reduciendo el número de casos de cáncer y estimaron que, a este efecto, la lucha contra el tabaquismo era prioritaria;

(1)

(2)

(3)

(4) D.O. C 184 de 23.07.1986, pág. 19

Considerando que la inscripción de una advertencia en los anuncios publicitarios de productos del tabaco mediante prensa y carteles, indicando los riesgos que comporta el uso de dichos productos para la salud es beneficiosa para la protección de las personas;

Considerando que procede prohibir todas las formas de publicidad indirecta que, aun sin mencionar expresamente el producto del tabaco, intenten promover su consumo utilizando marcas, símbolos, emblemas y otros elementos distintivos de productos del tabaco;

Considerando que se deben fijar unas disposiciones particulares que garanticen la protección de los jóvenes contra la publicidad de los productos del tabaco;

HA ADOPTADO LA PRESENTE DIRECTIVA

Artículo 1

A los efectos de la presente Directiva, se entenderá por productos del tabaco los productos destinados a ser fumados, utilizados como rapé, chupados o mascados y constituidos, en todo o en parte, por tabaco.

Artículo 2

1. La publicidad de cigarrillos mediante prensa y carteles deberá incluir unas advertencias específicas que se alternarán según las siguientes normas:
 - cada Estado miembro establecerá una lista de advertencias de entre las recogidas en el Anexo;
 - las advertencias específicas que se escojan se imprimirán en los espacios publicitarios sobre un fondo que contraste, garantizando a cada advertencia una frecuencia igual de aparición, con un margen de tolerancia del 5% en más o en menos:
2. La publicidad mediante prensa y carteles de productos del tabaco distintos de los cigarrillos deberá incluir la advertencia general "perjudica gravemente la salud".
3. Los Estados miembros podrán disponer que junto con las advertencias contempladas en los apartados 1 y 2 se mencione la autoridad responsable de las mismas.
4. El texto de las advertencias a que se refieren los apartados 1 y 2 cubrirá al menos un 10% de la superficie total del anuncio publicitario, sin incluir la posible mención a la autoridad a que se hace referencia en el apartado 3. El porcentaje mínimo será de un 15% cuando las advertencias estén redactadas en dos lenguas y de un 20% cuando lo estén en tres o más lenguas.

Artículo 3

1. El contenido del mensaje publicitario en la publicidad mediante prensa y carteles se limitará a la simple presentación del envase del producto del tabaco, acompañado, eventualmente, de una información sobre las características del producto.
2. Se prohíbe la publicidad mediante prensa y carteles que, aun sin mencionar expresamente el producto del tabaco, ostente una marca, emblema, símbolo u otro elemento distintivo generalmente utilizado en productos del tabaco.

Artículo 4

Los Estados miembros prohibirán toda forma de publicidad de productos del tabaco en publicaciones principalmente destinadas a jóvenes menores de 18 años.

Artículo 5

1. Los Estados miembros no podrán prohibir ni restringir el comercio de periódicos, revistas y demás publicaciones, así como de carteles que se ajusten a la presente Directiva, por motivos relacionados con la publicidad de productos del tabaco.
2. Las disposiciones de la presente Directiva no afectarán a la facultad de los Estados miembros para imponer a la publicidad de los productos del tabaco, dentro de los límites del Tratado, los requisitos que consideren necesarios para garantizar la protección de la salud de las personas, siempre que ello no implique la modificación, ni en el fondo ni en la forma, de las advertencias previstas en la presente Directiva.

Artículo 6

1. Los Estados miembros adoptarán las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas necesarias para cumplir la presente Directiva, a más tardar, el 31 de diciembre de 1991. Informarán inmediatamente de ello a la Comisión.

Las disposiciones adoptadas en virtud del párrafo primero se referirán explícitamente a la presente Directiva.

2. Los Estados miembros comunicarán a la Comisión las disposiciones de Derecho interno que adopten en el ámbito regulado por la presente Directiva.

Artículo 7

Los destinatarios de la presente Directiva serán los Estados miembros.

Hecho en Bruselas,

El Presidente
Por el Consejo,

ANEXO

LISTA DE ADVERTENCIAS PREVISTA EN EL ARTICULO 2 , APARTADO 1

- a. Advertencias que deberán incluirse obligatoriamente en las listas nacionales:
1. Fumar provoca cáncer.
 2. Fumar provoca enfermedades cardiovasculares.
- b. Advertencias entre las cuales podrán escoger los Estados miembros:
1. Fumar provoca enfermedades mortales.
 2. Fumar mata.
 3. Mujer embarazada: fumar perjudica la salud de tu hijo.
 4. Protege a los niños del humo del tabaco.
 5. Fumar daña al entorno.
 6. Dejar de fumar disminuye el peligro de enfermedades graves.
 7. Fumar provoca cáncer, bronquitis crónica y otras enfermedades pulmonares.
 8. Más de ... personas mueren cada año en ... (nombre del país) de cáncer de pulmón.
 9. Cada año, ... (número de personas de un país) mueren en la carretera. De tabaquismo mueren ... veces más.
 10. Los fumadores mueren prematuramente.
 11. Si quieres gozar de buena salud, no fumes.
 12. Enriquécete: deja de fumar.

PROPOSITION DE DIRECTIVE DU CONSEIL
CONCERNANT LE RAPPROCHEMENT DES DISPOSITIONS LEGISLATIVES,
REGLEMENTAIRES ET ADMINISTRATIVES DES ETATS MEMBRES EN MATIERE
DE PUBLICITE EN FAVEUR DES PRODUITS DU TABAC
PAR VOIE DE PRESSE ET D'AFFICHES

FICHE D'IMPACT SUR LA COMPETITIVITE ET L'EMPLOI

1. Quelle est la justification principale de la mesure ?
Unification du marché intérieur
2. Caractéristiques des entreprises concernées. En particulier :
 - a. Y a-t-il un grand nombre de PME ?
Certaines des agences de publicité sont des PME.
 - b. Note-t-on des concentrations dans des régions :
 - éligibles aux aides régionales des Etats membres ? Non
 - éligibles au Feder ? Non
3. Quelles sont les obligations imposées directement aux entreprises ?
 - a. l'introduction d'un avertissement médical dans chaque encart publicitaire en faveur des produits du tabac par voie de presse ou d'affiches (mesure déjà effective dans 6 Etats membres, l'Italie et le Portugal interdisant déjà toute forme de publicité);
 - b. l'interdiction de la publicité dans les revues destinées aux jeunes (mesure déjà effective dans 5 Etats membres);
 - c. l'interdiction de la publicité par voie de presse et d'affiches, lorsque celle-ci se réfère à un emblème, symbole ou autre élément distinctif, utilisé pour des produits du tabac.
4. Quelles sont les obligations susceptibles d'être imposées indirectement aux entreprises via les autorités locales ?
Aucune
5. Y a-t-il des mesures spéciales pour les PME ? Non
6. Quel est l'effet prévisible :
 - a. sur la compétitivité des entreprises ? Le développement formidable du secteur de la publicité des dernières années ne semble pas avoir été entravé par des mesures analogues existant déjà dans plusieurs Etats membres.
 - b. sur l'emploi ? Aucun impact direct significatif
7. Les partenaires sociaux ont-ils été consultés ? Quels sont leurs avis ?
Les hauts fonctionnaires de la santé des Etats membres ont été consultés et leurs principales observations ont été prises en compte.

Comisión de las Comunidades Europeas

COM(89) 163/2/Revisión final

Propuesta de

DIRECTIVA DEL CONSEJO

sobre la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros en materia de publicidad de los productos del tabaco mediante prensa y carteles

(presentada por la Comisión)

REVISIÓN

18.4.1989

Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas
L - 2985 Luxemburgo

Serie: DOCUMENTOS

1989 — 10 páginas — Formato 21,0 × 29,7 cm

ES

ISSN: 0257-9545

ISBN: 92-77-48654-6

Nº de catálogo: CB-CO-89-156-ES-C

COM(89) 163/2/Revisión final

DOCUMENTOS

Propuesta de

DIRECTIVA DEL CONSEJO

sobre la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros en materia de publicidad de los productos del tabaco mediante prensa y carteles

(presentada por la Comisión)

REVISIÓN

06 05

18.4.1989

Nº de catálogo: CB-CO-89-156-ES-C

ISBN: 92-77-48654-6



COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS