

**Propuesta de Directiva del Parlamento Europeo y del Consejo relativa a la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros en materia de publicidad y de patrocinio de los productos del tabaco**

(2001/C 270 E/12)

(Texto pertinente a efectos del EEE)

COM(2001) 283 final — 2001/0119(COD)

(Presentada por la Comisión el 20 de junio de 2001)

EL PARLAMENTO EUROPEO Y EL CONSEJO DE LA  
UNIÓN EUROPEA,

Visto el Tratado constitutivo de la Comunidad Europea y, en particular, el apartado 2 de su artículo 47 y sus artículos 55 y 95,

Vista la propuesta de la Comisión,

Visto el dictamen del Comité Económico y Social,

Visto el dictamen del Comité de las Regiones,

De conformidad con el procedimiento establecido en el artículo 251 del Tratado <sup>(1)</sup>,

Considerando lo siguiente:

- (1) Existen divergencias entre las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros en materia de publicidad de los productos del tabaco, de su patrocinio. Dicha publicidad y dicho patrocinio traspasan en algunos casos las fronteras de los Estados miembros o afectan a eventos organizados a nivel internacional y constituyen actividades contempladas en el artículo 49 del Tratado. Es probable que estas disparidades en las legislaciones nacionales aumenten los obstáculos a la libre circulación entre los Estados miembros de los productos o servicios que son los medios de soporte de esta publicidad y de este patrocinio. En el caso de la publicidad en la prensa, ya se han observado algunos obstáculos de este tipo. En el caso del patrocinio, es probable que aumenten las distorsiones de las condiciones de competencia, lo que ya se ha observado en la organización de algunos acontecimientos deportivos y culturales importantes.
- (2) Procede eliminar tales barreras y, para ello, deben aproximarse en determinados casos las normas relativas a la publicidad de los productos del tabaco y al patrocinio en ese ámbito. En particular, resulta necesario especificar en qué medida se autoriza la publicidad de tabaco en determinadas categorías de publicación.

- (3) El apartado 3 del artículo 95 del Tratado exige que la Comisión, en sus propuestas para el establecimiento y el funcionamiento del mercado interior en el ámbito de la salud, tome como base un nivel de protección elevado. En sus respectivas esferas de competencia, el Parlamento Europeo y el Consejo también deben procurar alcanzar dicho objetivo. La aproximación de las legislaciones de los Estados miembros debe tener por objeto la protección de la salud pública mediante una reglamentación de la promoción del tabaco, un producto que crea dependencia y que es responsable de más de medio millón de muertes cada año en la Comunidad, evitando que dicha promoción incite a los jóvenes a empezar a fumar a una edad precoz y desarrollen una adicción al producto.

- (4) La circulación de publicaciones como periódicos y revistas en el mercado interior corre el peligro de verse obstaculizada a causa de las disposiciones legislativas, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros que prohíben o regulan la publicidad del tabaco en dichos medios de comunicación. A fin de garantizar la libre circulación de estos medios de comunicación en el mercado interior, es preciso limitar la publicidad del tabaco a las revistas y los periódicos que no vayan dirigidos al público en general, como es el caso de las revistas comerciales o que hayan sido editadas e impresas en terceros países y no estén destinadas al mercado comunitario.

- (5) Las disposiciones legislativas, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a determinados tipos de patrocinio de productos del tabaco con alcance transfronterizo conllevan un riesgo evidente de distorsión de las condiciones de competencia de esta actividad en el mercado interior. A fin de eliminar estas distorsiones, es necesario prohibir dicho patrocinio únicamente para aquellas actividades o eventos de alcance transfronterizo, sin limitarlo a un nivel puramente nacional, lo que de otro modo podría constituir un medio de eludir las restricciones aplicadas a la publicidad directa.

- (6) El recurso a los servicios de la sociedad de la información como medio de publicidad de los productos del tabaco es cada vez más frecuente a medida que aumenta el consumo y el acceso del público a dichos servicios. Estos, así como las emisiones de radio que pueden también difundirse a través de los servicios de la sociedad de la información, son particularmente atrayentes y de fácil acceso para los jóvenes consumidores. La publicidad del tabaco en ambos medios presenta por ende un carácter transfronterizo y debe ser regulada a nivel comunitario.

<sup>(1)</sup> Dictamen del Parlamento Europeo de [...].

- (7) La distribución gratuita de productos del tabaco está sujeta a restricciones en algunos Estados miembros habida cuenta de su elevado potencial para crear dependencia. Se han producido casos de distribución gratuita en el marco del patrocinio de acontecimientos de alcance transfronterizo, por lo que debería prohibirse dicha distribución.
- (8) Con vistas a la elaboración de un Convenio marco de la Organización Mundial de la Salud sobre el control del tabaco, se están negociando normas aplicables a nivel internacional para la publicidad y el patrocinio de los productos del tabaco. Estas negociaciones tienen por objeto establecer normas internacionales vinculantes que completarán las establecidas en la presente Directiva.
- (9) La aplicación de la presente Directiva en los Estados miembros y la identificación de nuevos obstáculos al buen funcionamiento del mercado interior deberían ser objeto de revisión. Para ello, es necesario prever que la Comisión elabore informes, acompañados, llegado el caso, de las propuestas adecuadas. Los programas pertinentes deberán incluir mecanismos de evaluación de los efectos de la presente Directiva en la salud pública.
- (10) Los Estados miembros deben establecer medios adecuados y eficaces, dentro del cumplimiento de su legislación nacional, para controlar la aplicación de las disposiciones adoptadas con arreglo a la presente Directiva, conforme a lo previsto en la Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo y al Consejo sobre la función de las sanciones en relación con la aplicación de la legislación comunitaria sobre el mercado interior <sup>(1)</sup> y en la Resolución del Consejo, de 29 de junio de 1995, sobre la aplicación uniforme y eficaz del Derecho comunitario y sobre las sanciones aplicables por incumplimiento de sus disposiciones relativas al mercado interior <sup>(2)</sup>. Entre estos medios deberán figurar disposiciones que permitan intervenir a las personas u organizaciones con un interés legítimo en la supresión de las actividades no conformes con la presente Directiva.
- (11) Las sanciones previstas en la presente Directiva deben ser aplicables sin perjuicio de cualesquiera sanciones o reparaciones previstas en la legislación nacional.
- (12) La publicidad relativa a los medicamentos de uso humano está contemplada en la Directiva 92/28/CEE del Consejo, de 31 de marzo de 1992, relativa a la publicidad de los medicamentos de uso humano <sup>(3)</sup>. La publicidad referente a los productos destinados a eliminar la adicción al tabaco no entra en el ámbito de aplicación de la presente Directiva.
- (13) La presente Directiva debe aplicarse sin perjuicio de la Directiva 89/552/CEE del Consejo, de 3 de octubre de 1989, sobre la coordinación de determinadas disposiciones legislativas, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva <sup>(4)</sup>, que prohíbe toda forma de publicidad televisada de cigarrillos y otros productos del tabaco. La Directiva 89/552/CEE prohíbe el patrocinio de programas de televisión por parte de personas físicas o jurídicas cuya actividad principal sea la fabricación o la venta de productos o la prestación de servicios cuya publicidad esté prohibida con arreglo a la citada Directiva. La Directiva 89/552/CEE prohíbe asimismo la telecompra de productos del tabaco.
- (14) El carácter transnacional de la publicidad está reconocido en la Directiva 84/450/CEE del Consejo, de 10 de septiembre de 1984, relativa a la aproximación de las disposiciones legislativas, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros en materia de publicidad engañosa <sup>(5)</sup>. La Directiva 2001/37/CE de ... 2001 relativa a la aproximación de las disposiciones legislativas, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros referentes a la fabricación, presentación y venta de los productos del tabaco contiene disposiciones sobre la utilización de descripciones engañosas en el etiquetado de los productos del tabaco, cuyo efecto transfronterizo también ha sido comprobado.
- (15) La Directiva 98/43/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 6 de julio de 1998 relativa a la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros en materia de publicidad y de patrocinio de los productos del tabaco <sup>(6)</sup> fue anulada por el Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas en el Asunto C-376/98 La república Federal de Alemania c/ el Parlamento Europeo y el Consejo de la Unión Europea <sup>(7)</sup>. En consecuencia, toda referencia hecha a la Directiva 98/43/CE deberá entenderse hecha a la presente Directiva.
- (16) Con arreglo al principio de proporcionalidad, resulta necesario y apropiado para alcanzar el objetivo principal de funcionamiento del mercado interior establecer normas relativas a la publicidad y al patrocinio de los productos del tabaco. La presente Directiva se limita al mínimo necesario para lograr el objetivo perseguido con arreglo al apartado 3 del artículo 5 del Tratado.
- (17) La presente Directiva respeta los derechos fundamentales y observa los principios reconocidos, principalmente los que figuran en la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea. En particular; esta Directiva persigue el respeto del derecho fundamental a la libertad de expresión.

(1) COM(95) 162 final.

(2) DO C 188 de 22.7.1995, p. 1.

(3) DO L 113 de 30.4.1992, p. 13.

(4) DO L 298 de 17.10.1989, p. 23. Directiva modificada por la Directiva 97/36/CE (DO L 202 de 30.7.1997, p. 60).

(5) DO L 250 de 19.9.1984, p. 17. Directiva modificada a tenor de la Directiva 97/55/EC (DO L 290, de 23.10.1997, p. 18).

(6) DO L 213 de 30.7.1998, p. 9.

(7) Rec. 2000, p. I-8419.

HAN ADOPTADO LA PRESENTE DIRECTIVA:

#### Artículo 1

##### Objeto y ámbito de aplicación

La presente Directiva aproxima las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros en materia de publicidad de los productos del tabaco y de la promoción de los mismos:

- a) en la prensa y otras publicaciones impresas,
- b) en las emisiones de radio,
- c) en los servicios de la sociedad de la información, y
- d) por medio del patrocinio del tabaco, incluida la distribución gratuita de productos del tabaco,

El propósito es el de garantizar la libre circulación de los medios en cuestión y los servicios conexos, y eliminar las barreras al funcionamiento del mercado interior.

#### Artículo 2

##### Definiciones

A efectos de la presente Directiva, se entenderá por:

- a) «productos del tabaco»: los productos destinados a ser fumados, inhalados, chupados o masticados, siempre que estén constituidos, aunque sólo sea en parte, por tabaco;
- b) «publicidad»: toda forma de comunicación comercial cuyo objetivo o efecto directo o indirecto sea la promoción de un producto del tabaco;
- c) «patrocinio»: cualquier tipo de contribución, pública o privada, a un acontecimiento, una actividad o un individuo cuyo objetivo o efecto directo o indirecto sea la promoción de un producto del tabaco;
- d) «servicios de la sociedad de la información»: servicios con arreglo a lo dispuesto en el apartado 2 del artículo 1 de la Directiva 98/34/CE del Parlamento Europeo y del Consejo <sup>(1)</sup>.

#### Artículo 3

##### Publicidad en los medios de comunicación impresos y en los servicios de la sociedad de la información

1. La publicidad en la prensa y otras publicaciones impresas se limitará a las publicaciones destinadas exclusivamente a los profesionales del comercio del tabaco y a las publicaciones editadas e impresas en terceros países, siempre que dichas publicaciones no estén destinadas principalmente al mercado comunitario.

Se prohíbe cualquier otra publicidad en la prensa y otras publicaciones impresas.

2. La publicidad no autorizada en la prensa y otras publicaciones impresas tampoco se autorizará en los servicios de la sociedad de la información.

#### Artículo 4

##### Publicidad y patrocinio en la radio

1. Se prohíbe toda forma de publicidad de productos del tabaco en la radio.

2. Los programas de radio no podrán estar patrocinados por empresas cuya actividad principal sea la fabricación de productos del tabaco.

#### Artículo 5

##### Patrocinio de acontecimientos

1. Se prohíbe el patrocinio de acontecimientos o actividades en los que participen varios Estados miembros, o que se celebren en varios de ellos o que presenten un alcance transfronterizo.

2. Queda prohibida la distribución gratuita de productos del tabaco en el marco del patrocinio de los acontecimientos a los que se refiere el apartado primero, cuyo objetivo o efecto directo o indirecto sea la promoción de dichos productos.

#### Artículo 6

##### Informe

A más tardar cinco años después de la entrada en vigor de la presente Directiva, la Comisión presentará al Parlamento Europeo, al Consejo y al Comité Económico y Social un informe sobre la aplicación de la misma. Dicho informe irá acompañado de las propuestas de modificación de la presente Directiva que la Comisión considere necesarias.

#### Artículo 7

##### Ejecución

Los Estados miembros determinarán el régimen de sanciones aplicables en caso de incumplimiento de las disposiciones nacionales adoptadas en aplicación de la presente Directiva y adoptarán todas las medidas necesarias para garantizar su aplicación. Las sanciones que prevean deberán ser efectivas, proporcionadas y disuasorias. Los Estados miembros notificarán estas disposiciones a la Comisión a más tardar en la fecha establecida en el artículo 10, y notificarán, asimismo a la mayor brevedad, cualquier modificación que afecte a dichas disposiciones.

Dicho régimen deberá incluir disposiciones que permitan a las personas u organizaciones que, según la legislación nacional, puedan demostrar un interés legítimo en la retirada de publicidad, patrocinio u otras actividades incompatibles con la presente Directiva, entablar acciones judiciales contra dicha publicidad o dirigirse a un órgano administrativo competente para que se pronuncie sobre las demandas o incoe las diligencias oportunas.

<sup>(1)</sup> DO L 204 de 21.7.1998, p. 37.

*Artículo 8***Libre circulación de productos y servicios**

Los Estados miembros no podrán prohibir o restringir la libre circulación de productos o servicios que sean conformes a la presente Directiva.

*Artículo 9***Referencias a la Directiva 98/43/CE**

Toda referencia hecha a la Directiva 98/43/CE deberá entenderse hecha a la presente Directiva.

*Artículo 10***Aplicación**

Los Estados miembros pondrán en vigor las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas necesarias para dar cumplimiento a lo establecido en la presente Directiva a más tardar

el 31 de julio de 2005. Informarán inmediatamente de ello a la Comisión.

Cuando los Estados miembros adopten dichas disposiciones, éstas incluirán una referencia a la presente Directiva o irán acompañadas de dicha referencia en su publicación oficial. Los Estados miembros establecerán las modalidades de dicha referencia.

*Artículo 11***Entrada en vigor**

La presente Directiva entrará en vigor el vigésimo día siguiente al de su publicación en el *Diario Oficial de las Comunidades Europeas*.

*Artículo 12***Destinatarios**

Los destinatarios de la presente Directiva serán los Estados miembros.

---