

LT

LT

LT



EUROPOS BENDRIJŲ KOMISIJA

Briuselis, 28.5.2008
KOM(2008) 330 galutinis

**KOMISIJOS ATASKAITA TARYBAI, EUROPOS PARLAMENTUI IR EUROPOS
EKONOMIKOS IR SOCIALINIŲ REIKALŲ KOMITETUI**

Tabako reklamos direktyvos (2003/33/EB) įgyvendinimo ataskaita

**KOMISIJOS ATASKAITA TARYBAI, EUROPOS PARLAMENTUI IR EUROPOS
EKONOMIKOS IR SOCIALINIŲ REIKALŲ KOMITETUI**

Tabako reklamos direktyvos (2003/33/EB) įgyvendinimo ataskaita

1.	Įvadas	3
2.	Pagrindinė informacija	3
3.	Direktyvos perkėlimas į valstybių narių teisę	4
4.	Direktyvos įgyvendinimas valstybėse narėse	5
4.1.	Spauda	5
4.1.1.	Sąvoka „spausdinti leidiniai“	5
4.1.2.	Direktyvos perkėlimas į valstybių narių teisę	5
4.1.3.	Įgyvendinimas	5
4.2.	Informacinės visuomenės paslaugos	6
4.2.1.	Direktyvos perkėlimas į valstybių narių teisę	6
4.2.2.	Įgyvendinimas	6
4.3.	Rėmimo klausimai	8
4.3.1.	Perkėlimas į nacionalinę teisę	8
4.3.2.	Renginių rėmimas	8
4.3.3.	Tabako vartojimo skatinimas filmuose	9
4.3.4.	Įmonių reklama	9
4.4.	Nuobaudos	9
4.5.	Galimybė imtis teisinių veiksmų	10
4.5.1.	Direktyvos perkėlimas į valstybių narių teisę	10
4.5.2.	Įgyvendinimas	10
4.6.	Vykdytas tarpvalstybiniu lygiu	10
5.	Išvados	11

1. ĮVADAS

Pagal Tabako reklamos direktyvos¹ (toliau – direktyva) 6 straipsnį Komisija direktyvos įgyvendinimo ataskaitą pateikia Europos Parlamentui, Tarybai ir Europos ekonomikos ir socialinių reikalų komitetui.

Direktyvoje nėra numatyta įsteigti komitetą, kuris padėtų Komisijai vykdyti stebėjimą, keistis informacija ar bendradarbiauti su valstybėmis narėmis įgyvendinant direktyvą. Siekdama užtikrinti keitimąsi informacija, susijusia su direktyvos įgyvendinimu, Komisija įsteigė neformalią valstybių narių pareigūnų, palaikančių ryšius tabako reklamos srityje, grupę.

Šios grupės diskusijos parodė, kad valstybių narių kompetentingos vykdymo priežiūros ir kontrolės institucijos norėtų turėti galimybę keistis informacija ir dalytis gerosios patirties įgyvendinant direktyvą pavyzdžiais. Pasibaigus direktyvos perkėlimo į nacionalinę teisę terminui (2005 m. liepos 31 d.), grupė susitiko keturis kartus.

Ši ataskaita pagrįsta informacija, kurią Komisija per pirmiau minėtą grupę gavo iš kompetentingų valstybių narių institucijų, iš piliečių ir iš nevyriausybinų organizacijų, atsižvelgta ir į Komisijos tarnybų pateiktas pastabas.

Kadangi nuo direktyvos perkėlimo termino pabaigos praėjo dar nedaug laiko, o kai kurios valstybės narės vėluoja, dar per anksti vertinti šios direktyvos poveikį visuomenės sveikatai. Tačiau tikimasi, kad direktyvoje nustatytas visapusiškas tarpvalstybinis reklamos draudimas ilgainiui padės sumažinti rūkymo paplitimą Europos Sąjungoje, nes pripažįstama, kad visapusiški tabako reklamos draudimai daro tokį poveikį².

2. PAGRINDINĖ INFORMACIJA

Direktyvos (2003/33/EB) taikymo sritį apibrėžia Teisingumo Teismo išvada, kad ES gali teisėtai nustatyti tik tam tikros tarptautinio pobūdžio tabako reklamos ir rėmimo draudimą pagal EB sutarties 95 straipsnį (vidaus rinką)³.

Direktyva reglamentuojama tarptautinio pobūdžio tabako reklama ir rėmimas žiniasklaidoje, išskyrus televiziją. 2006 m. gruodžio 12 d. Teisingumo Teismas patvirtino direktyvos galiojimą⁴. Teismas nutarė, kad buvo įvykdytos sąlygos, leidžiančios kaip teisiniu pagrindu remtis EB sutarties 95 straipsniu. Pažymėtina, kad Teisingumo Teismas nutarė, jog žurnalistinė saviraiškos laisvė ir atitinkamai žurnalistų rašiniai nėra paveikiami⁵.

¹ Direktyva 2003/33/EB dėl valstybių narių įstatymų ir kitų teisės aktų, reglamentuojančių tabako produktų reklamą ir rėmimą, OL L 152, 2003 6 20, p. 16.

² Pavyzdžiui, žr. Pasaulio banko leidinio „Epidemijos tramdymas: vyriausybės ir tabako kontrolės ekonomika (1999)“, p. 50–51.

³ Byla C-376/98 *Vokietija prieš Europos Parlamentą ir Tarybą*, 2000 m. spalio 5 d. sprendimas.

⁴ Byla C-380/03 *Vokietija prieš Europos Parlamentą ir Tarybą*, 2006 m. gruodžio 12 d. sprendimas.

⁵ Sprendimo 156 punktas.

Tabako reklama ir rėmimas televizijoje yra uždrausti Televizijos be sienų direktyva (89/552/EEB). Ją pakeis 2007 m. gruodį priimta Audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų direktyva, kurioje šio draudimo taikymas praplečiamas visoms audiovizualinių pranešimų formoms, įskaitant prekių rodymą programose⁶.

Kalbant apie Tabako kontrolės pagrindų konvenciją (TKPK), Europos bendrija rengia griežtas tarptautines gaires, siekdama apsaugoti savo gyventojus nuo tabako reklamos iš trečiųjų šalių. EB yra pagrindinė iniciatorė darbo grupėje, kurios užduotis – sukurti visapusiškų gairių dėl Konvencijos 13 straipsnio⁷ įgyvendinimo projektą ir pateikti rekomendacijas dėl pagrindinių gaires papildysiančio Protokolo dėl tarptautinės reklamos, skatinimo ir rėmimo sudedamųjų dalių.

3. DIREKTYVOS PERKĖLIMAS Į VALSTYBIŲ NARIŲ TEISĘ

Šią direktyvą įgyvendinančių įstatymų ir kitų teisės aktų priėmimo terminas baigėsi 2005 m. liepos 31 d.

Daugelis valstybių narių laikėsi šio termino. Tačiau keletas valstybių narių neperkėlė direktyvos į nacionalinę teisę laiku ir Komisija jų atžvilgiu pradėjo pažeidimo procedūras. Tos valstybės narės apie nuostatas, priimtas siekiant perkelti direktyvą į nacionalinę teisę, pranešė vėliau ir Komisija 2006 m. pirmoje pusėje galėjo nutraukti procedūras, išskyrus Vokietijos atvejį, kuri apie perkėlimo nuostatas pranešė 2006 m. gruodžio mėn.

Taigi iki 2006 m. pabaigos visos valstybės narės pranešė apie įstatymus ir kitus teisės aktus, kuriais direktyva perkeliama į nacionalinę teisę. Tačiau ištyrus perkėlimo į nacionalinę teisę priemones paaiškėjo, kad kelios valstybės narės iš pradžių nustatė rėmimo draudimo išimtis, taikomas tam tikriems dideliems renginiams, susijusiems su svarbiais ekonominiais interesais (pavyzdžiui, Formulė 1 ir motociklų Grand Prix). Komisija greitai pradėjo procedūras dėl tų valstybių narių pažeidimų. Kadangi visos valstybės narės po Komisijos įsikišimo nedelsdamos pakeitė savo teisės aktus, Komisija galėjo nutraukti pažeidimo procedūras.

Apskritai valstybių narių nustatyti tabako reklamos ir rėmimo draudimai taikomi plačiau ir (arba) yra griežtesni nei direktyvos nustatyti draudimai, be to, jie yra taikomi ir vietos veiklai, pavyzdžiui, reklamai kine ar prekybos vietoje, visų renginių rėmimui ir nemokamam paskirstymui.

Tai atitinka Tarybos rekomendaciją dėl rūkymo prevencijos ir tabako kontrolės gerinimo iniciatyvų⁸. Šia rekomendacija valstybės narės raginamos pagal savo konstitucinius principus uždrausti visas reklamos ir rėmimo formas ar praktiką, tiesiogiai ar netiesiogiai skirtą skatinti vartoti tabako gaminius.

Visos valstybės narės visiškai perkėlė direktyvą. Komisija nėra informuota apie kokias nors perkėlimo spragas įstatymų leidybos lygmeniu.

⁶ Direktyva 2007/65/EB, OL L 332, 2007 12 18, p. 27.

⁷ Konvencijos 13 straipsnyje nustatyti Šalių įsipareigojimai uždrausti arba apriboti tabako reklamą, skatinimą ir rėmimą.

⁸ Nr. 2003/54/EB, OL L 22, 2003 1 25, p. 31.

4. DIREKTYVOS ĮGYVENDINIMAS VALSTYBĖSE NARĖSE

4.1. Spauda

4.1.1. Sąvoka „spausdinti leidiniai“

3 straipsnio 1 dalyje valstybės narės įpareigojamos uždrausti tabako reklamą spaudoje ir kituose spausdintuose leidiniuose. Nustatytos dvi išimtys, taikomos tabako verslo specialistams ir leidiniams, kurie spausdinami ir leidžiami trečiosiose šalyse ir kurie neskirti Bendrijos rinkai.

Teisingumo Teismas išaiškino, kad direktyvos 3 straipsnio 1 dalyje vartojama sąvoka „spausdinti leidiniai“ apima tokius leidinius kaip laikraščiai, periodiniai leidiniai ir žurnalai. Teisingumo Teismas pabrėžė, kad 3 straipsnio 1 dalimi siekiama užtikrinti laisvą visų tokių leidinių judėjimą vidaus rinkoje, todėl būtina apriboti tabako reklamą žurnaluose ir periodiniuose leidiniuose, kurie neskirti plačiajai visuomenei (direktyvos ketvirtoji konstatuojamoji dalis). Taigi, draudimas netaikomas vietos asociacijų leidžiamiems biuleteniams, kultūros renginių programoms, skelbimams, telefonų abonentų katalogams ir įvairiems lankstinukams bei brošiūroms⁹.

4.1.2. Direktyvos perkėlimas į valstybių narių teisę

Valstybės narės visiškai perkėlė direktyvos 3 straipsnio 1 dalį. Daugelis valstybių narių tai padarė, nustatydamos bendro pobūdžio draudimą, taikomą visų formų tabako reklamai, skatinimui ir rėimui. Taigi, daugelyje valstybių narių draudimas taip pat taikomas vietos pobūdžio leidiniams ir dėl to jo taikymo sritis platesnė, nei nustatyta 3 straipsnio 1 dalyje.

Visos valstybės narės taiko dvi išimtis, kurios leidžiamos pagal direktyvos 3 straipsnio 1 dalį.

4.1.3. Įgyvendinimas

Apskritai tabako reklamos draudimo spaudoje yra laikomasi. Tradicinių cigarečių prekės ženklų reklamos leidiniuose, skirtuose plačiajai visuomenei, nebuvo pastebėta. Tačiau vis dar negalima teigti, kad ES spaudoje visiškai nėra tabako reklamos ir skatinimo jį vartoti.

Tabako reklama gali būti pateikiama ir užuominų leidinio straipsnyje ar spaudos medžiagoje forma. Galima daryti išvadą, kad tokios užuominos gali būti atsitiktinės arba planuotos. Pavyzdžiui, tabako prekių ženklų logotipai buvo panaudoti kaip madų žurnalo nuotraukų fono dalis. Tabako prekių ženklų simboliai su pakeistomis spalvomis ir grafiniai tabako logotipai buvo panaudoti šalia redakcinės skilties. Tai liudija, kad tabako prekių ženklai fone buvo pateikti suplanuotai, o ne atsitiktinai.

Be to, tabako reklama buvo pastebėta tam tikrų prekybos vietų kataloguose. Tipiškas pavyzdys – neapmokestinamų parduotuvių katalogai tarptautiniuose laivuose ir lėktuvuose platinami žurnalai.

⁹ Žr. bylos C-380/03 *Vokietija prieš Europos Parlamentą ir Tarybą* 84–86 punktus.

Tabako reklama taip pat dažnai pastebima naujienų reportažuose (pvz., iš sporto renginių) iš trečiųjų šalių, kur tabako gamintojai vis dar teisėtai remia veiklą ir renginius. Šios problemos mastas priklausys nuo to, kaip Tabako kontrolės pagrindų konvencijos (TKPK) šalys įgyvendins visapusišką tabako reklamos ir jo vartojimo skatinimo renginiuose bei tabako gamintojų paramos renginiams draudimą pagal 13 straipsnį. Komisija aktyviai prisideda prie tarptautinių pastangų skatinti greitą ir veiksmingą šio straipsnio įgyvendinimą.

Direktyvoje nustatoma išimtis leidiniams, skirtiems tik tabako verslo specialistams. Komisija gavo informacijos apie reklaminius skelbimus, kuriuos keletas tabako bendrovių išspausdino žurnaluose, skirtuose bendro pobūdžio „svečių priėmimo“ verslo subjektams (viešbučiams, restoranams, kavinėms, barams ir t. t.), remdamosi tuo, kad tie žurnalai skirti asmenims, dirbantiems tabako verslo srityje.

Apskritai direktyvos 3 straipsnio 1 dalies įgyvendinimas yra patenkinamas: Komisijai nebuvo pranešta apie tradicinę cigarečių prekių ženklų reklamą spaudoje ir kituose spausdintuose leidiniuose, kaip apibrėžta direktyvos 3 straipsnio 1 dalyje.

4.2. Informacinės visuomenės paslaugos

4.2.1. Direktyvos perkėlimas į valstybių narių teisę

Direktyvos 3 straipsnio 2 dalyje į reklamos draudimo spaudoje taikymo sritį įtraukiamos informacinės visuomenės paslaugos¹⁰. Kitaip tariant, valstybės narės taip pat turi uždrausti tabako reklamą teikiant informacinės visuomenės paslaugas, taikant tokią pat išimtį, kaip ir taikytiną spaudai (leidiniai, skirti tik tabako verslo specialistams; leidiniai, kurie spausdinami ir leidžiami trečiosiose šalyse ir kurie neskirti Bendrijos rinkai.)

Valstybės narės perkėlė šį įsipareigojimą, nustatydamos bendro pobūdžio arba konkretų draudimą, taikytiną informacinės visuomenės paslaugoms.

Daugelis valstybių narių taip pat gali taikyti pirmiau minėtas 3 straipsnio 1 dalies išimtis medžiagai, pateiktai internete.

4.2.2. Įgyvendinimas

Virtuali aplinka yra dažniausiai naudojama tarpvalstybinė tabako reklamos vieta ir kelia daugiausiai problemų veiksmingai įgyvendinant ES reklamos draudimą. Komunikacinių technologijų raida teikia daug galimybių tabako reklamai ir rėmimui. Su šia problema susiduriama ir tokiose srityse kaip vaikų pornografija, prekyba ginklais ir terorizmas.

¹⁰ Direktyvos 2003/33/EB 2 straipsnio d punkte informacinės visuomenės paslaugos apibrėžiamos taip: „paslaugos, kaip apibrėžta Direktyvos 98/34/EB 1 straipsnio 2 dalyje“, OL L 204, 1998 7 21, p. 37, direktyva su pakeitimais, padarytais Direktyva 98/48/EB, OL L 217, 1998 5 8, p. 18. Direktyvoje 98/48/EB informacinės visuomenės paslaugos apibrėžiamos taip: „paprastai už atlyginimą per atstumą, elektroninėmis priemonėmis ir asmeniškų paslaugų gavėjo prašymu teikiama paslauga“.

Tabako reklamos ir skatinimo elementai nuolat įtraukiami į įvairią skaitmeninę žiniasklaidos medžiagą, įskaitant tabako prekybą internetu ir specializuotas komunikacijų paraiškas virtualioje aplinkoje. Be to, reklaminė medžiaga, skelbiama spaudoje ir įvairiuose renginiuose, dažnai būna lengvai pasiekiami ir internetu.

Pagrindinė problema įgyvendinant tabako reklamos draudimą virtualioje aplinkoje – kaip atpažinti paslėptą reklamą. Tabako reklama internetu paprastai nėra tradicinė reklama; ji gali būti labai įvairi, daugiausia – netiesioginė.

Pavyzdžiui, dabar pirkti tabaką internetu yra lengviau ir labiau įprasta. Direktyva netaikoma tabako gaminių pardavimui, o interneto svetainėse, kuriose parduodamas tabakas, dažnai yra įtrauktas skatinimo elementas („pirk pigiai“). Problema susijusi ne tik su reklamos draudimais, bet taip pat su pardavimu nepilnamečiams, mokesčių vengimu ir nevaržoma reklama, rinkodara ir skatinimu vartoti. Kai kurios valstybės narės patvirtino taisykles, nustatančias, kad mažmeninei tabako prekybai reikia leidimo, kuris suteikiamas tik prekyautojams, turintiems nuolatinę mažmeninės prekybos vietą.

Tarptautinis tabako pardavimas internetu beveik visais atvejais yra visiškai neteisėtas dėl mokesčių, nes prekyautojai paprastai nesilaiko prievolės sumokėti akcizų ir PVM paskirties vietos valstybėje narėje.

Kita problema yra subjektų, susijusių su virtualia aplinka, skaičius bei jų tapatybės nustatymas. Beveik visi (piliečiai, prekyautojai, rūkančiųjų organizacijos) gali sukurti reklaminę ar skatinamąją medžiagą ir įkelti ją į internetą, taip padarydami ją pasiekiamą visame pasaulyje¹¹.

Tai, kad šis reiškinys yra tarptautinio masto, yra didžiausia problema įgyvendinant tabako reklamos draudimą virtualioje aplinkoje. Serveriai, kuriuose skelbiama reklaminė medžiaga, gali būti kitoje valstybėje narėje arba trečiosiose šalyse.

Patirtis rodo, kad gali būti sudėtinga nustatyti fizinį ar juridinį asmenį, kuris paskelbė medžiagą internete. Toks asmuo gali greitai uždaryti interneto svetainę ir atkurti ją kitur. Tai aptariama toliau, 4.6 skirsnyje, kuriame nagrinėjamas vykdymas tarpvalstybiniu lygiu.

Kalbant apie trečiąsias šalis, tikimasi, kad TKPK šalių trečiosios konferencijos gairės ir būsimi sprendimai pagerins keitimąsi informacija su trečiosiomis šalimis.

Virtuali aplinka yra viena iš dažniausių tarptautinių tabako reklamos erdvių. Pagrindinė problema yra tai, kad reklama būna paslėpta ir sunku nustatyti asmenis, skelbiančius tokią reklamą, ir juos pasiekti, ypač tais atvejais, kai jie įsikūrę trečiosiose šalyse.

¹¹ Pavyzdžiui, studentų tinklo interneto svetainė, kurioje kartu su studentų vakarėlyje darytomis nuotraukomis pateikiami tabako prekės ženklo logotipai.

4.3. Rėmimo klausimai

4.3.1. *Perkėlimas į nacionalinę teisę*

Direktyvos 5 straipsnio 1 dalyje valstybės narės įpareigojamos uždrausti tabako gamintojams remti renginius arba veiklą, kuri vykdoma keliose valstybėse narėse arba kuri kitoku būdu yra tarptautinio pobūdžio. Daugelis valstybių narių uždraudė remti ne tik tarptautinius, bet ir vietos renginius.

Direktyvos 5 straipsnio 2 dalyje valstybės narės įpareigojamos uždrausti nemokamą tabako gaminių platinimą, susijusį su tarptautiniais renginiais. Daugelis valstybių narių nustatė visišką nemokamo tabako gaminių platinimo draudimą, t. y. taikomą ne tik tarptautinių renginių atveju, kaip reikalaujama direktyvoje.

4.3.2. *Renginių rėmimas*

Draudimas tabako gamintojams remti tarptautinius renginius ES įgyvendinamas gerai. Pasibaigus perkėlimo terminui Komisija netrukus nustatė problemas tose šalyse, kurios išlaikė tam tikrų sporto renginių rėmimo išimtis.

Vis dėlto tabako rėmimo susitarimai ES nebuvo visiškai sustabdyti; jie yra netiesioginiai ir labiau paslėpti, o tai kelia problemų valstybių narių vykdymo priežiūros institucijoms. Yra informacijos apie išimtines pardavimo sąlygas ir nemokamą tabako gaminių platinimą jauniems žmonėms festivalių metu. Taip pat dedamos pastangos reklamuoti tabako gaminius, įvairiais būdais siejant juos su renginiais, festivaliais, žymiais menininkais, filmų aktoriais ir įvairiais gaminiais, pavyzdžiui, naudojant spalvas, formas, logotipus, kurių prekės ženklai buvo pašalinti, simbolius, šriftų stilius, juokingas frazes, žodžius, dizainą, pakeistus prekės ženklų pavadinimus ar kt.

Tabako reklama ir rėmimas vis dar pastebimi žiniasklaidoje iš trečiųjų šalių, kuriose tai leidžiama. Tokiai reklamai ir rėmimui direktyva netaikoma, bet kyla grėsmė pažeisti ES draudimą. Labiausiai matomi renginiai yra garsūs sporto ir kultūros renginiai, kuriems žiniasklaida skiria daug dėmesio, pavyzdžiui, Formulės 1 lenktynės¹². Tokiais atvejais, 2009 m. gruodžio 19 d¹³ pasibaigus perkėlimo terminui, gali būti taikoma Audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų direktyva (2007/65/EB), kuria aiškiai draudžiamas tabako gaminių rodymas.

Tabako reklamos ir rėmimo atvejų transporto priemonių sporto lenktynėse per pastaruosius metus pastebima vis mažiau. Tik trys Formulės 1 lenktynės organizavusios valstybės – Kinija, Bahreinas ir Monakas – leido tabako gamintojų rėmimą 2006–2007 m..

¹² TKPK 13 straipsnyje reikalaujama, kad Šalys uždraustų tabako gamintojams remti tarptautinius renginius, veiklą ir (arba) jos dalyvius. Vienintelė išimtis yra konstitucinių principų laikymasis; tokiu atveju turi būti taikomi apribojimai.

¹³ Šiuo metu netiesioginė televizijos reklama, kai retransliuojant sporto renginius rodoma ekrano užsklanda, nelaikoma atskiros pranešimo transliavimu siekiant paskatinti pirkti prekių ar naudotis paslaugomis, kaip apibrėžta Televizijos be sienų direktyvoje (89/552/EEB), taigi tai nėra „televizijos reklama“ pagal šią direktyvą.

4.3.3. *Tabako vartojimo skatinimas filmuose*

Renginių rėmimas dažnai yra konkretus ir pastebimas, o kitokios veiklos rėmimas yra labiau paslėptas. Gali būti sunku rasti įrodymų apie rėmimo susitarimo buvimą. Tam būtinas tyrimas ir papildomi ištekliai.

Nors direktyva aiškiai nereglamentuoja rūkymo filmuose, ja tabako gamintojams draudžiama remti tarptautinio pobūdžio veiklą. Tiesioginiam ar netiesioginiam tabako gaminių vartojimo skatinimui filmuose gali būti taikytina tarptautinio pobūdžio „veiklos“ rėmimo sąvoka; toks rėmimas draudžiamas pagal direktyvos 5 straipsnio 1 dalį, jei tabako bendrovė sumoka filmo prodiuseriui ar aktoriui. Taigi, tabako rėmimas filmuose ir DVD pagal ES teisę yra neteisėtas.

4.3.4. *Įmonių reklama*

Vienas iš tebenaudojamų bendrų rinkodaros būdų yra tabako gamintojo teigiamo įvaizdžio reklama, parodant jį kaip atsakingą rinkos dalyvį. Net jei prekės ženklai tiesiogiai nepateikiami, tokia įmonės reklama yra bendrovės gero vardo ir jos gaminių rinkodaros būdas.

Įmonė gali būti reklamuojama užsakius mokamą reklamą, kurią paprastai sudaro pranešimai apie puikią žaliavų kokybę, šiuolaikinių technologijų naudojimą, atsakingos bendrovės rūpinimąsi gaminių sauga ar socialinę atsakomybę. Kai kuriose valstybėse narėse už tai skiriamos baudos.

Vienas iš tokios reklamos skleidimo būdų yra ataskaitų apie įmonių socialinę atsakomybę (ISA) skelbimas įmonių interneto svetainėse. Bendrovės siekia įtvirtinti savo gerą vardą, atkreipdamos dėmesį į „socialiai atsakingą“ verslą, pvz., siedamos jį su įdarbinimo ar aplinkosaugos valdymu.

Valstybėms narėms visiškai perkėlus direktyvą į nacionalinę teisę, Komisija nepastebėjo ir nebuvo informuota apie tiesioginį ES organizuotų tarptautinių renginių tabako rėmimą. Tačiau įvairios netiesioginio rėmimo formos sukelia problemų valstybių narių vykdymo priežiūros institucijoms.

Reikia dirbti pagal TKPK, siekiant įtikinti trečiąsias šalis įtvirtinti visapusiškus tabako rėmimo draudimus.

Įmonių reklama vis dar naudojama kaip tarptautinis būdas reklamuoti tabako gaminius. Būtina racionalizuoti būdus, kuriuos skirtingos valstybės narės taiko tokiais atvejais.

4.4. Nuobaudos

Direktyvos 7 straipsnio pirmoje pastraipoje nustatyta, kad nuobaudos turi būti veiksmingos, proporcingos ir atgrasančios. Daugelis valstybių narių taiko baudžiamosios teisės sankcijas (baudas ir, sunkesniais atvejais, laisvės atėmimo bausmę). Administracinio pobūdžio sankcijos taip pat plačiai taikomos, pavyzdžiui, įspėjimai ir administraciniai sprendimai, įpareigojantys sustabdyti ir nebekartoti reklamos, įspėjant, kad bus taikomas periodinis baudos mokėjimas.

Galima daryti išvadą, kad valstybių narių vykdymo priežiūros institucijos gali sustabdyti abejotiną veiklą administracinėmis priemonėmis (susisiekdamos, susitikdamos, išpėdamos, priimdamos administracinius sprendimus). Taigi įrodyta, kad nuobaudos turi atgrasomąjį poveikį, o teismo procesai reikalingi tik retais ginčytiniais atvejais.

Administracinis vykdymas atliekamas sėkmingai. Baudžiamosios sankcijos turi atgrasomąjį poveikį, o teismo procesai reikalingi tik retais ginčytiniais atvejais.

4.5. Galimybė imtis teisinių veiksmų

4.5.1. Direktyvos perkėlimas į valstybių narių teisę

Direktyvos 7 straipsnio antroje pastraipoje valstybės narės įpareigojamos įtvirtinti asmenų arba organizacijų, kurie pagal nacionalinės teisės aktus gali pateisinti teisėtus interesus sustabdyti reklamą ar rėmimą, galimybę imtis teisinių veiksmų. Ši galimybė gali būti įgyvendinta tiesiogiai iškeliant bylą teisme arba pateikiant skundą administracinei institucijai, kuri turi teisę priimti administracinį sprendimą arba pradėti teismo procesą.

Valstybės narės gali pasinaudoti bendrosiomis proceso taisyklėmis dėl galimybės kreiptis į teismą arba patvirtinti konkretų galimybės imtis teisinių veiksmų režimą tabako kontrolės tikslais.

4.5.2. Įgyvendinimas

7 straipsnio antroje pastraipoje nustatyti du būdai, kuriais galima pradėti teismo procesą: per kompetentingas institucijas ir iškeliant civilinį ieškinį. Šis straipsnis įgyvendinamas skirtingai: kai kuriose valstybėse narėse pagrindinė priemonė yra valdžios institucijų teisiniai veiksmai, atliekami daugiausia per vyriausybines įstaigas, o kitos valstybės narės daugiau pasitiki NVO teisiniais veiksmais, daugiausia per tiesioginį bylinėjimąsi ir teismo praktiką.

Šios srities NVO daugiausia yra specializuotos organizacijos, pavyzdžiui, vėžio grupės, sveikatos ir medicinos organizacijos bei konkrečios tabako kontrolės organizacijos. Vartotojų grupių iškeliami ieškiniai taip pat yra labai svarbūs siekiant tinkamai įgyvendinti direktyvą.

Vykdomą užtikrina specializuotos vyriausybės įstaigos, be to, vykdymas užtikrinamas ir suteikiant galimybę nevyriausybiniams organizacijoms tiesiogiai pradėti teismo procesą. Komisija negavo skundų dėl sunkumų pasinaudojant galimybe imtis teisinių veiksmų dėl reklamos ar rėmimo sustabdymo valstybėse narėse.

4.6. Vykdytas tarpvalstybiniu lygiu

Direktyvoje nėra nuostatų dėl valstybių narių vykdymo priežiūros institucijų bendradarbiavimo. Tačiau šiuolaikinė žiniasklaida peržengia valstybių sienas. Tuo atveju, kai nėra veiksmingo vykdymo užtikrinimo mechanizmo, galimybės nustatyti, iširti ir sustabdyti neteisėtą reklamą yra nedidelės. Tai suteikia pažeidėjams galimybę išvengti reikalavimų vykdymo, įsisteigiant kitoje vietoje.

Valstybės narės norėtų gilinti žinias, keičiantis kitose valstybėse narėse kylančių panašių problemų sprendimų pavyzdžiais, ypač tais atvejais, kai ginčus sprendžia administracinės ar teisminės institucijos. Iškilus tarptautinės reklamos problemoms, valstybės narės galėtų užtikrinti direktyvos vykdymą. Šiuo tikslu Komisija ėmėsi pirmųjų veiksmų, sudarant sąlygas keistis informacija tarp valstybių narių kontaktinių centrų.

Tarpvalstybinio vykdymo mechanizmai, susiję su vartotojų klausimais, jau sukurti. Reglamentas dėl bendradarbiavimo vartotojų apsaugos srityje¹⁴ nustato tarpusavio pagalbos sistemą, kuri apima keitimąsi informacija, vykdymo priemonių prašymus, rinkos priežiūros koordinavimą bei vykdymo veiklos koordinavimą. Šis mechanizmas jau taikomas tam tikroms vartotojų apsaugos direktyvoms, kurios gali būti siejamos su tabako reklama ir skatinimu, ypač internetu¹⁵.

Komisija išnagrinės galimybę taikyti Reglamento dėl bendradarbiavimo vartotojų apsaugos srityje nustatytą vykdymo mechanizmą Tabako reklamos direktyvai.

Komisija ragina valstybės nares paskirti vykdymo ryšių palaikymo biurus, keistis informacija, patvirtinti visas būtinas vykdymo priemones, siekiant sustabdyti bet kokius pažeidimus ir nedelsiant reaguoti į kitų valstybių narių vykdymo priemonių prašymus.

EB turėtų paremti panašaus mechanizmo sukūrimą, įgyvendinant TKPK 13 straipsnį.

5. IŠVADOS

Remiantis Komisijos turima informacija, galima daryti išvadą, kad yra priimti ir vykdomi direktyvą perkeliančios teisės aktai. Apskritai valstybės narės nustatė plačiau taikomus reklamos ir rėmimo draudimus, nei reikalaujama direktyvoje.

Įtvirtinus draudimą ES lygmeniu, Europos Sąjungoje buvo sustabdyta tarptautinio pobūdžio tradicinių tabako prekės ženklų reklama ir tiesioginis rėmimas.

Kita vertus, yra informacijos apie tai, kad tabako vartojimo skatinimas suintensyvėjo vietos prekybos lygmeniu ir prekybos vietose, ypač tose valstybėse narėse, kurios tai leidžia arba to veiksmingai nekontroliuoja.

Direktyvos taikymo sritis yra pakankamai plati, kad atitiktų ir besikeičiančias tarptautinės tabako reklamos ir rėmimo tendencijas. Kita vertus, ji palieka pakankamą veiksmų laisvę valstybėms narėms ją aiškinant ir taikant. Kyla nenuoseklaus direktyvos aiškinimo ir taikymo skirtingose valstybėse narėse grėsmė.

¹⁴ Reglamentas (EB) Nr. 2006/2004, OL L 364, 2004 12 9, p. 1.

¹⁵ Direktyva 97/7/EB, OL L 144, 1997 6 4, p. 19, („Nuotolinės prekybos direktyva“) ir Direktyva 2005/29/EB, OL L 149, 2005 6 11, p. 22, („Nesąžiningos komercinės veiklos direktyva“). Šia direktyva uždraudžiami klaidinantys veiksmai ir klaidinantis informacijos neatskleidimas, pvz., klaidinantys pareiškimai, kad gaminyje neapmokestinamas (6 ir 7 straipsniai). Šiose direktyvose taip pat reikalaujama informuoti vartotoją apie prekybininko tapatybę ir adresą bei kainą, į kurią įskaičiuoti mokesčiai (Nuotolinės prekybos direktyvos 4 straipsnis ir Nesąžiningos komercinės veiklos direktyvos 7 straipsnio 4 dalis).

Reikia toliau tobulinti stebėjimą ir, remiantis bendru požiūriu, kuris bus suformuotas konsultuojantis su valstybių narių institucijomis bei ekspertais, pateikti gaires valstybėms narėms, kaip išvengti aiškinimo skirtumų.

Tarpvalstybinio vykdymo mechanizmus reikia plėtoti ir stiprinti.

Virtuali aplinka kelia didelių sunkumų. Sunku ją kontroliuoti dėl paslėpto reklamos pobūdžio ir dėl to, kad pažeidėjai lengvai gali persikelti į kitą vietą.

Šiuo metu Komisija nemano, kad reikia siūlyti iš dalies keisti direktyvą.