

Förslag till Europaparlamentets och rådets direktiv om tillnärmning av medlemsstaternas lagar och andra författningar om reklam för och sponsring till förmån för tobaksvaror

(2001/C 270 E/12)

(Text av betydelse för EES)

KOM(2001) 283 slutlig — 2001/0119(COD)

(Framlagt av kommissionen den 20 juni 2001)

EUROPAPARLAMENTET OCH EUROPEISKA UNIONENS RÅD HAR
ANTAGIT DETTA DIREKTIV

med beaktande av Fördraget om upprättandet av Europeiska gemenskapen, särskilt artikel 47.2 och artiklarna 55 och 95 i detta,

med beaktande av kommissionens förslag,

med beaktande av Ekonomiska och sociala kommitténs yttrande,

med beaktande av Regionkommitténs yttrande,

i enlighet med förfarandet i artikel 251 i fördraget ⁽¹⁾, och

av följande skäl:

(1) Medlemsstaternas lagar och andra författningar om reklam för tobaksvaror och tobaksrelaterad sponsring skiljer sig åt. Sådan reklam och sponsring passerar i vissa fall medlemsstaternas gränser eller inbegriper evenemang som anordnas på internationell nivå och som utgör verksamhet som omfattas av artikel 49 i fördraget. Skillnaderna i nationell lagstiftning kan leda till ökade hinder för den fria rörligheten mellan medlemsstaterna för de varor och tjänster som stöder sådan reklam och sponsring. När det gäller reklam i tidningar har vissa hinder redan påträffats. När det gäller sponsring kan snedvridningen av konkurrensvillkoren komma att öka, vilket redan har noterats i samband med att vissa idrotts- och kulturevenemang har anordnats.

(2) Dessa hinder bör undanröjas, och i detta syfte bör i vissa fall de bestämmelser som gäller reklam för tobaksvaror och tobaksrelaterad sponsring tillnärmas. Det behöver särskilt anges i vilken utsträckning tobaksreklam kan tillåtas i vissa typer av publikationer.

(3) Enligt artikel 95.3 i fördraget skall kommissionen i sina förslag som rör upprättandet av den inre marknaden och dess funktion utgå från en hög hälsoskyddsnivå. Även Europaparlamentet och rådet strävar inom ramen för sina befogenheter efter att uppnå detta mål. Den lagstiftning i medlemsstaterna som skall tillnärmas är avsedd att skydda folkhälsan genom att den reglerar marknadsföringen av tobak, som är en beroendeframkallande produkt som orsakar över en halv miljon dödsfall om året inom gemenskapen, och genom att den förhindrar att ungdomar till följd av marknadsföringen börjar röka vid låg ålder och blir beroende.

(4) Omsättningen av publikationer som tidskrifter, dagstidningar och veckotidningar på den inre marknaden är utsatt för en betydande risk för hinder i den fria rörligheten, till följd av de lagar och andra författningar i medlemsstaterna som förbjuder eller reglerar tobaksreklam i dessa medier. För att säkerställa fri omsättning av alla sådana medier på den inre marknaden, måste tobaksreklamen på den inre marknaden begränsas till de veckotidningar och tidskrifter som inte är avsedda för allmänheten, till exempel branschtidningar och publikationer som ges ut och trycks i tredje land och som inte i första hand är avsedda för gemenskapens marknad.

(5) Medlemsstaternas lagar och andra författningar om vissa typer av sponsring av tobaksvaror med verkan över nationsgränserna leder till en betydande risk för snedvridning av konkurrensvillkoren för denna verksamhet på den inre marknaden. För att undvika denna snedvridning bör sådan sponsring förbjudas bara för den verksamhet eller de evenemang som har en verkan över nationsgränserna, utan någon reglering av sponsring på rent nationell nivå, vilket i annat fall kan vara ett sätt att kringgå de restriktioner som gäller för direkt reklam.

(6) Informationssamhällets tjänster används i allt större utsträckning som metod för att göra reklam för tobaksvaror i takt med att allmänheten i ökad utsträckning utnyttjar och får tillgång till sådana tjänster. Dessa tjänster, liksom radiosändningar, som också kan överföras genom informationssamhällets tjänster, är särskilt attraktiva och tillgängliga för unga konsument. Tobaksreklam i dessa båda medier är i sig transnationell och bör därför regleras på gemenskapsnivå.

⁽¹⁾ Europaparlamentets yttrande om [...].

- (7) Gratisutdelning av tobaksvaror omfattas av restriktioner i flera medlemsstater, eftersom detta så ofta kan leda till beroende. Gratisutdelning har förekommit i samband med sponsring av evenemang som har effekter över nationsgränserna och bör därför förbjudas.
- (8) Internationellt tillämpliga standarder för reklam för tobaksvaror och tobaksrelaterad sponsring håller på att förhandlas fram i samband med utarbetandet av Världshälsorganisationens (WHO) ramkonvention om tobaksreglering. Genom dessa förhandlingar skall det införas bindande internationella regler, som kompletterar bestämmelserna i detta direktiv.
- (9) Genomförandet av detta direktiv i medlemsstaterna och kartläggningen av ytterligare hinder för den inre marknadens smidiga funktion bör ses över. I detta syfte bör kommissionen ges möjlighet att upprätta en rapport, som vid behov åtföljs av de förslag som krävs. Det bör skapas en möjlighet inom ramen för de relevanta gemenskapsprogrammen att studera hur detta direktiv inverkar på folkhälsan.
- (10) Medlemsstaterna bör vidta lämpliga och effektiva åtgärder för att säkerställa kontrollen av genomförandet av de bestämmelser som antas med stöd av detta direktiv i enlighet med nationell lagstiftning, i överensstämmelse med kommissionens meddelande till Europaparlamentet och rådet om påföljdernas betydelse för genomförandet av gemenskapslagstiftningen för den inre marknaden⁽¹⁾ och med rådets resolution av den 29 juni 1995 om enhetlig och effektiv tillämpning av gemenskapsrätten och om sanktioner som skall tillämpas vid överträdelser av dennas bestämmelser om den inre marknaden⁽²⁾. Dessa åtgärder bör innefatta bestämmelser enligt vilka personer eller organisationer som har ett berättigat intresse av att förhindra verksamhet som strider mot detta direktiv har rätt att ingripa.
- (11) De påföljder som föreskrivs i detta direktiv bör inte påverka andra påföljder eller rättsliga åtgärder som anges i nationell lagstiftning.
- (12) Reklam för humanläkemedel omfattas av rådets direktiv 92/28/EEG av den 31 mars 1992 om marknadsföring av humanläkemedel⁽³⁾. Reklam för produkter som är avsedda för tobaksavvänjning omfattas inte av det här direktivet.
- (13) Detta direktiv bör inte påverka bestämmelserna i rådets direktiv 89/552/EEG av den 3 oktober 1989 om samordning av vissa bestämmelser som fastställts i medlemsstaternas lagar och andra författningar om utförandet av sändningsverksamhet för television⁽⁴⁾, enligt vilket all TV-reklam för cigaretter och andra tobaksvaror är förbjuden. I direktiv 89/552/EEG föreskrivs att TV-program inte får sponsras av fysiska eller juridiska personer, vars huvudsakliga verksamhet är tillverkning eller försäljning av produkter eller tillhandahållande av tjänster för vilka reklam är förbjuden enligt direktivet. Även teleshopping med tobaksprodukter är förbjuden enligt direktiv 89/552/EEG.
- (14) Reklamens transnationella karaktär behandlas i rådets direktiv 84/450/EEG av den 10 september 1984 om tillnärmning av medlemsstaternas lagar och andra författningar om vilseledande reklam⁽⁵⁾. Direktiv 2001/37/EG av den ... 2001 om tillnärmning av medlemsstaternas lagar och andra författningar om tillverkning, presentation och försäljning av tobaksvaror innehåller bestämmelser om vilseledande produktbeskrivningar på tobaksvarors förpackningar, vilka också har effekter över nationsgränserna.
- (15) Europaparlamentets och rådets direktiv 98/43/EG av den 6 juli 1998 om tillnärmning av medlemsstaternas lagar och andra författningar om reklam för och sponsring till förmån för tobaksvaror⁽⁶⁾ ogiltigförklarades av domstolen i mål C-376/98, Förbundsrepubliken Tyskland mot Europaparlamentet och Europeiska unionens råd⁽⁷⁾. Hänvisningar till direktiv 98/43/EG bör därför tolkas som hänvisningar till det här direktivet.
- (16) I överensstämmelse med proportionalitetsprincipen är det nödvändigt och lämpligt för att förverkliga det grundläggande målet med en väl fungerande inre marknad att reglera reklam för tobaksvaror och tobaksrelaterad sponsring. Detta direktiv inskränker sig till det som är nödvändigt för att uppnå det eftersträlvade målet i enlighet med artikel 5 tredje stycket i fördraget.
- (17) Detta direktiv respekterar de grundläggande rättigheterna och iakttar de principer som erkänns särskilt i Europeiska unionens stadga om de grundläggande rättigheterna. Detta direktiv avser särskilt att säkerställa respekten för den grundläggande yttrandefriheten.

⁽¹⁾ KOM(95) 162 slutlig.

⁽²⁾ EGT C 188, 22.7.1995, s. 1.

⁽³⁾ EGT L 113, 30.4.1992, s. 13.

⁽⁴⁾ EGT L 298, 17.10.1989, s. 23. Direktivet ändrat genom direktiv 97/36/EG (EGT L 202, 30.7.1997, s. 60).

⁽⁵⁾ EGT L 250, 19.9.1984, s. 17. Direktivet ändrat genom direktiv 97/55/EG (EGT L 290, 23.10.1997, s. 18).

⁽⁶⁾ EGT L 213, 30.7.1998, s. 9.

⁽⁷⁾ REG 2000, s. I-8419.

HÄRIGENOM FÖRESKRIVS FÖLJANDE.

Artikel 1

Tillämpningsområde

Detta direktiv skall tillnärma medlemsstaternas lagar och andra författningar om reklam för tobaksvaror och marknadsföring av dessa varor

- a) i tidningar och andra tryckta publikationer,
- b) i radiosändningar,
- c) i informationssamhällets tjänster, och
- d) genom tobaksrelaterad sponsring, inklusive gratisutdelning av tobaksvaror.

Avsikten är att säkerställa fri rörlighet för berörda medier och därmed förknippade tjänster samt att undanröja hinder för den inre marknadens funktion.

Artikel 2

Definitioner

I detta direktiv skall följande definitioner gälla:

- a) "tobaksvaror": alla produkter som är avsedda att rökas, snusas, sugas på eller tuggas om de är tillverkade, även delvis, av tobak,
- b) "reklam": varje form av kommersiellt meddelande som syftar till, eller som direkt eller indirekt leder till, marknadsföring av tobaksvaror,
- c) "sponsring": varje form av offentligt eller privat bidrag till ett evenemang, en verksamhet eller en enskild person som syftar till, eller som direkt eller indirekt leder till marknadsföring av en tobaksvara,
- d) "informationssamhällets tjänster": tjänster enligt definitionen i artikel 1.2 i Europaparlamentets och rådets direktiv 98/34/EG ⁽¹⁾.

Artikel 3

Reklam i tryckta medier och i informationssamhällets tjänster

1. Reklam i tidningar och andra tryckta publikationer får bara ske i publikationer som uteslutande är avsedda för personer som är yrkesverksamma inom tobaksbranschen samt i publikationer som ges ut och trycks i tredje land, när dessa publikationer inte i första hand är avsedda för gemenskapens marknad.

⁽¹⁾ EGT L 204, 21.7.1998, s. 37.

Övrig reklam i tidningar och andra tryckta publikationer skall vara förbjuden.

2. Reklam som inte tillåts i tidningar och andra tryckta publikationer är inte heller tillåten i informationssamhällets tjänster.

Artikel 4

Radioreklam och sponsring

1. Alla former av radioreklam för tobaksvaror skall vara förbjudna.
2. Radioprogram får inte sponsras av företag vars huvudsakliga verksamhet är tillverkning eller försäljning av tobaksvaror.

Artikel 5

Sponsring av evenemang

1. Sponsring av evenemang och verksamhet som inbegriper eller äger rum i flera medlemsstater eller som på något annat sätt ger effekter över nationsgränserna skall vara förbjuden.
2. All gratisutdelning av tobaksvaror i samband med sponsring av sådana evenemang som avses i punkt 1, som syftar till, eller som direkt eller indirekt leder till marknadsföring av sådana varor skall vara förbjuden.

Artikel 6

Rapport

Kommissionen skall senast fem år efter det att direktivet har trätt i kraft lämna en rapport om genomförandet av detta direktiv till Europaparlamentet, rådet och Ekonomiska och sociala kommittén. Rapporten skall åtföljas av de förslag till ändringar av direktivet som kommissionen anser är nödvändiga.

Artikel 7

Efterlevnad av bestämmelserna

Medlemsstaterna skall föreskriva påföljder för överträdelser av nationella bestämmelser som har utfärdats med tillämpning av detta direktiv och skall vidta de åtgärder som krävs för att se till att dessa påföljder tillämpas. Påföljderna skall vara effektiva, proportionella och avskräckande. Medlemsstaterna skall anmäla dessa bestämmelser till kommissionen senast den dag som anges i artikel 10 och alla senare ändringar som gäller dem så snart som möjligt.

Dessa föreskrifter skall innehålla bestämmelser som säkerställer att personer eller organisationer som enligt nationell lagstiftning kan styrka att de har ett berättigat intresse av att förhindra reklam, tobaksrelaterad sponsring eller andra frågor som är oförenliga med det här direktivet, kan vidta rättsliga åtgärder mot sådan reklam eller anmäla sådan reklam till ett administrativt organ som har behörighet antingen att yttra sig över klagomål eller att inleda lämpliga rättsliga förfaranden.

*Artikel 8***Fri omsättning av varor och tjänster**

Medlemsstaterna får inte förbjuda eller begränsa sådan fri omsättning av varor eller tjänster som följer bestämmelserna i detta direktiv.

*Artikel 9***Hänvisning till direktiv 98/43/EG**

Hänvisningar till direktiv 98/43/EG skall tolkas som hänvisningar till det här direktivet.

*Artikel 10***Genomförande**

Medlemsstaterna skall sätta i kraft de lagar och andra författningar som är nödvändiga för att följa detta direktiv senast den

31 juli 2005. De skall genast underrätta kommissionen om detta.

När medlemsstaterna antar dessa bestämmelser skall de innehålla en hänvisning till detta direktiv eller åtföljas av en sådan hänvisning när de offentliggörs. Närmare föreskrifter om hur hänvisningen skall göras skall varje medlemsstat själv utfärda.

*Artikel 11***Ikraftträdande**

Detta direktiv träder i kraft den tjugonde dagen efter det att det har offentliggjorts i *Europeiska gemenskapernas officiella tidning*.

*Artikel 12***Adressater**

Detta direktiv riktar sig till medlemsstaterna.
