II

(Atti per i quali la pubblicazione non è una condizione di applicabilità)

CONSIGLIO

RACCOMANDAZIONE DEL CONSIGLIO
del 2 dicembre 2002
sulla prevenzione del fumo e su iniziative per rafforzare la lotta contro il tabagismo

(2003/54/CE)

IL CONSIGLIO DELL'UNIONE EUROPEA,

visto il trattato che istituisce la Comunità europea, in particolare l'articolo 152, paragrafo 4, secondo comma,

vista la proposta della Commissione ([1]),

considerando quanto segue:

(1) L'articolo 152 del trattato stabilisce che l'azione della Comunità, che deve completare le politiche nazionali, sia volta al miglioramento della sanità pubblica, alla prevenzione delle malattie e affezioni e all'eliminazione delle fonti di pericolo per la salute umana.

(2) La risoluzione del Consiglio e dei ministri della Sanità degli Stati membri, riuniti in sede di Consiglio, del 18 luglio 1989, relativa al divieto di fumare nei luoghi accessibili al pubblico ([2]), fornisce agli Stati membri orientamenti per la protezione dei non fumatori dal fumo ambientale. In seguito a una relazione della Commissione sulla reazione degli Stati membri a quest'iniziativa ([3]), la presente raccomandazione intende rafforzare questa protezione e identificare i gruppi particolarmente vulnerabili.

(3) La risoluzione del Consiglio, del 26 novembre 1996, sulla riduzione del fumo nella Comunità europea ([4]) riconosce la necessità di sviluppare un'efficace strategia di lotta contro il consumo di tabacco, comprendente alcuni degli elementi contenuti nella presente raccomandazione.

(4) Le conclusioni del Consiglio, del 18 novembre 1999, sulla lotta contro il consumo del tabacco ([5]) hanno sottolineato la necessità di sviluppare una strategia globale, comprendente alcune misure definite nella presente raccomandazione per la protezione dei minori (norme sulle condizioni di vendita, sulle vendite tramite mezzi elettronici e distributori automatici).

(5) La risoluzione del Consiglio, del 29 giugno 2000, sull'azione relativa ai fattori determinanti per la salute ([6]) ha preso atto del risultato dei dibattiti in sede di conferenza europea sui fattori determinanti per la salute nell'Unione europea, tenutasi a Evora il 15 e 16 marzo 2000, che ha dato particolare risalto, tra l'altro, al tabacco, raccomandando una serie di provvedimenti pratici e mirati per affrontare le sfide in questi settori.

(6) Le azioni raccomandate sono necessarie considerati i 500 000 decessi connessi al fumo che si registrano annualmente nella Comunità europea e il preoccupante aumento del numero di bambini ed adolescenti dediti al fumo. Fumare danneggia la salute umana, perché i fumatori diventano dipendenti dalla nicotina e sono colpiti da gravi malattie come il cancro ai polmoni e ad altri organi, la cardiopatia ischemica e altre malattie circolatorie e respiratorie come l'enfisema.

(7) La prevenzione del tabagismo e la lotta contro il consumo di tabacco sono già obiettivi prioritari delle politiche sanitarie degli Stati membri e della Comunità europea. Tuttavia, il tabagismo rimane la principale causa di mortalità evitabile nell'UE e i progressi nella riduzione del consumo del tabacco e delle conseguenze del fumo sono ancora deludenti. Inoltre, la pubblicità,

([1]) Proposta del 18.6.2002 (non ancora pubblicata nella Gazzetta ufficiale).
([2]) GU C 189 del 26.7.1989, pag. 1.
([3]) COM(96) 573 def.
([4]) GU C 374 dell'11.12.1996, pag. 4.
([5]) GU C 86 del 24.3.2000, pag. 4.
([6]) GU C 218 del 31.7.2000, pag. 8.

la distribuzione e le strategie promozionali utilizzate dall'industria del tabacco incentivano il consumo di tabacco, aumentando così il livello già elevato di mortalità e morbilità dovuto al consumo di prodotti del tabacco. Alcune di queste strategie sembrano rivolgersi ai giovani negli anni della crescita, allo scopo di sostituire il gran numero di fumatori che muoiono annualmente. È un dato di fatto che il 60 % dei fumatori iniziano a fumare ad un'età inferiore ai 13 anni e il 90 % prima dei 18 anni.

(8) Con il programma «L'Europa contro il cancro» ([1]), la Comunità europea ha incluso fra i suoi obiettivi il contributo al miglioramento della salute dei suoi cittadini tramite la riduzione del numero di casi di cancro e di altre malattie legate al fumo.

(9) La direttiva 2001/37/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 5 giugno 2001, relativa alla lavorazione, presentazione e vendita dei prodotti del tabacco ([2]) e la proposta di direttiva sulla pubblicità e sponsorizzazione a favore dei prodotti del tabacco ([3]) riguardano la lotta contro il tabagismo nel contesto della realizzazione e del consolidamento del mercato interno e l'eliminazione degli ostacoli al suo buon funzionamento, basandosi su un livello di protezione elevato della salute pubblica.

(10) Alcune misure che dovrebbero far parte di una politica globale di lotta contro il tabagismo, come il divieto di pubblicità su tabelloni e manifesti o della pubblicità nei cinema, attualmente non possono essere oggetto di un'armonizzazione nell'ambito delle norme del mercato interno comunitario a livello di singolo provvedimento antitabagismo.

(11) Tutti i fatti sopra menzionati dimostrano la necessità di una strategia globale di lotta contro il tabagismo, al fine di ridurre nella Comunità l'incidenza delle malattie dovute al fumo.

(12) Nel contesto di una politica globale antitabagismo, è essenziale adottare misure destinate in particolare a ridurre la domanda di prodotti del tabacco da parte dei bambini e degli adolescenti. Queste misure possono comprendere azioni volte a ridurre la fornitura di tabacco a bambini ed adolescenti e a vietare determinate forme di pubblicità, di distribuzione e di strategie promozionali per i prodotti del tabacco, considerando che queste strategie hanno un impatto indiscriminato sui giovani e su altri gruppi di persone.

(13) Certe forme di vendita e di distribuzione dei prodotti del tabacco facilitano l'accesso dei bambini e degli adolescenti a questi prodotti e dovrebbero quindi essere regolamentate dagli Stati membri.

(14) Dato che i distributori automatici sono visibili sia ai consumatori che ai non consumatori di prodotti del tabacco, essi dovrebbero recare solo la pubblicità strettamente necessaria per indicare i prodotti offerti in vendita.

(15) Altre due misure importanti a livello comunitario riguardano la pubblicità e la sponsorizzazione a favore dei prodotti del tabacco. La direttiva del 1989 sulla «televisione senza frontiere» ([4]) vieta qualsiasi forma di pubblicità televisiva per i prodotti del tabacco e stabilisce che i programmi televisivi non possono essere sponsorizzati da persone fisiche o giuridiche la cui attività principale consiste nella produzione o vendita di prodotti del tabacco. L'attuale proposta di direttiva sulla pubblicità e sulla sponsorizzazione a favore dei prodotti del tabacco prevede il divieto della pubblicità del tabacco sulla stampa e in altre pubblicazioni, via radio e tramite i servizi della società dell'informazione. Questa proposta prevede anche il divieto di sponsorizzazione, da parte delle industrie del tabacco, di programmi radiofonici e di eventi a cui partecipano o che si svolgono in vari Stati membri o aventi ripercussioni transfrontaliere.

(16) La presente raccomandazione tratta di altre forme di pratiche pubblicitarie, commerciali o promozionali utilizzate dall'industria per promuovere il consumo del tabacco, che possono raggiungere indiscriminatamente bambini e adolescenti. Queste pratiche comprendono l'utilizzazione dei marchi per prodotti o servizi diversi dal tabacco («brand-stretching») e/o per l'abbigliamento («merchandising»), il ricorso ad articoli promozionali (oggetti comuni come i posacenere, agli accendini, i parasole ed altri oggetti simili) e di campioni di tabacco, l'utilizzazione e la comunicazione di promozioni di vendita (quali sconti, regali, premi o opportunità di partecipare a gare o giochi promozionali), l'uso di tabelloni manifesti e altre tecniche pubblicitarie interne o esterne (come la pubblicità sui distributori automatici di prodotti del tabacco), l'uso della pubblicità a favore del tabacco nei cinema, e qualsiasi altra forma di pubblicità, sponsorizzazione o di pratiche volte a promuovere i prodotti del tabacco direttamente o indirettamente. Di fatto le autorità degli Stati membri dovrebbero adottare disposizioni legislative e/o amministrative destinate specificamente a vietare conformemente alle norme o ai principi costituzionali nazionali, tali attività, che costituiscono mezzi di promozione dei prodotti del tabacco che aggirano i divieti della pubblicità diretta per il tabacco già in vigore per certi media.

(17) L'Organizzazione mondiale della sanità e la Banca mondiale raccomandano agli Stati di vietare ogni forma di pubblicità e di promozione del tabacco. Nei casi in cui sono vietate solo certe forme di pubblicità diretta del tabacco, l'industria del tabacco trasferisce frequentemente le sue spese pubblicitarie ad altre strategie di commercializzazione, sponsorizzazione e promozione, utilizzando modi creativi ed indiretti per promuovere i

([1]) GU L 95 del 16.4.1996, pag. 9.
([2]) GU L 194 del 18.7.2001, pag. 26.
([3]) GU C 270 del 25.9.2001, pag. 97.
([4]) GU L 298 del 17.10.1989, pag. 23.

prodotti del tabacco, specialmente tra i giovani. In questo modo può essere limitato l'effetto dei divieti parziali della pubblicità per il consumo di tabacco. Inoltre, la Banca mondiale ha concluso che la pubblicità aumenta il consumo di sigarette e che la normativa che vieta la pubblicità ridurrebbe il consumo se fosse generale e coprisse tutti i media e l'utilizzo di marchi e logotipi. Questa riduzione del consumo di sigarette avrebbe per la salute pubblica effetti immediati a breve e a lungo termine. L'informazione sulla spesa globale dell'industria del tabacco per la promozione dei prodotti del tabacco è quindi una condizione importante per il controllo dell'efficacia delle politiche di lotta contro il tabagismo dal punto di vista della salute pubblica. Quest'informazione permette di determinare se le restrizioni imposte sono aggirate, in particolare dirigendo la spesa verso forme promozionali nuove e non limitate. L'industria del tabacco dovrebbe essere tenuta a dichiarare regolarmente queste spese.

(18) A causa dei rischi per la salute derivanti dal fumo passivo, gli Stati membri dovrebbero mirare a proteggere i fumatori e i non fumatori dal fumo ambientale.

(19) Gli Stati membri dovrebbero continuare a sviluppare strategie e misure per ridurre la prevalenza del tabagismo, come il rafforzamento dei programmi di educazione sanitaria per migliorare la consapevolezza dei rischi del fumo e altri programmi di prevenzione per scoraggiare l'uso dei prodotti del tabacco.

(20) La convenzione quadro dell'Organizzazione mondiale della sanità per la lotta contro il tabagismo attualmente in fase di negoziazione tratta molte questioni toccate nella presente raccomandazione. È importante quindi garantire la coerenza delle misure contenute in questa raccomandazione con gli elementi previsti dalla convenzione quadro attualmente in discussione,

RACCOMANDA AGLI STATI MEMBRI:

1. di adottare appropriate disposizioni legislative e/o amministrative conformemente alle prassi e alle condizioni nazionali per impedire la vendita di tabacco a bambini ed adolescenti, tra l'altro:

   a) imponendo l'obbligo per i venditori di prodotti del tabacco di accertare che gli acquirenti abbiano raggiunto l'età prescritta dalla legge nazionale per l'acquisto di tali prodotti, qualora tale limite d'età esista;

   b) ritirando i prodotti del tabacco dagli espositori self-service nei negozi di vendita al dettaglio;

   c) limitando l'accesso ai distributori automatici di prodotti del tabacco a luoghi accessibili a persone di età superiore a quella prescritta dalla legge nazionale per l'acquisto dei prodotti del tabacco, ove tale limite esista, oppure regolando in modo altrettanto efficace l'accesso ai prodotti venduti tramite distributori;

   d) limitando la vendita di tabacco a distanza per la fornitura generale al dettaglio, ad esempio via Internet, agli adulti ricorrendo a mezzi tecnici adeguati;

   e) vietando la vendita di dolciumi e giocattoli destinati ai bambini e fabbricati con il chiaro intento di conferire al prodotto e/o all'imballaggio l'aspetto di un prodotto del tabacco;

   f) vietando la vendita di sigarette al pezzo o in pacchetti di meno di 19 pezzi;

2. di adottare appropriate disposizioni legislative e/o amministrative per proibire conformemente alle norme o ai principi costituzionali nazionali le seguenti forme di pubblicità e di promozione:

   a) l'utilizzazione di marchi di tabacco per prodotti o servizi diversi dal tabacco;

   b) l'utilizzazione di articoli promozionali (posacenere, accendini, parasole, ecc.) e di campioni di tabacco;

   c) l'utilizzo e la comunicazione di promozioni di vendita quali sconti, regali, premi o opportunità di partecipare a gare o giochi promozionali;

   d) l'utilizzazione di tabelloni, manifesti e altre tecniche pubblicitarie interne o esterne (come la pubblicità sui distributori automatici di prodotti del tabacco);

   e) l'utilizzazione della pubblicità nei cinema;

   f) qualsiasi altra forma di pubblicità, sponsorizzazione o pratiche destinate alla promozione diretta o indiretta dei prodotti del tabacco;

3. di adottare appropriate disposizioni, con l'introduzione di norme o di altri metodi conformi alle pratiche e alle condizioni nazionali, per prescrivere a fabbricanti, importatori e commercianti all'ingrosso di prodotti del tabacco e di prodotti e servizi recanti lo stesso marchio dei prodotti del tabacco di fornire agli Stati membri informazioni sulle spese sostenute per la pubblicità, il marketing, le sponsorizzazioni e le campagne di promozione non vietate dalla normativa nazionale o comunitaria;

4. di applicare le norme di legge, e/o altre misure efficaci all'appropriato livello governativo o non governativo, conformemente alle prassi e alle condizioni nazionali, che garantiscono una protezione dall'esposizione al fumo di tabacco negli ambienti interni dei luoghi di lavoro, nei luoghi pubblici e sui mezzi di trasporto pubblici. Dovrebbe essere accordata priorità, tra l'altro, ai centri di insegnamento, alle strutture sanitarie e ai luoghi in cui si forniscono servizi ai bambini;

5. di continuare a sviluppare strategie e misure per ridurre la prevalenza del tabagismo, come il rafforzamento dell'educazione sanitaria in generale, segnatamente nelle scuole, e dei programmi generali per scoraggiare l'uso iniziale dei prodotti del tabacco e vincere la dipendenza dal tabacco;

6. di avvalersi pienamente dei contributi dei giovani alle politiche e alle azioni inerenti alla sanità, segnatamente nel settore dell'informazione, e promuovere attività specifiche avviate, progettate, attuate e valutate dai giovani;

7. di adottare ed attuare appropriate misure in materia di prezzi dei prodotti del tabacco al fine di scoraggiare il consumo di tabacco;

8. di applicare tutte le procedure necessarie ed appropriate per verificare il rispetto delle misure stabilite nella presente raccomandazione;

9. di informare la Commissione ogni due anni dopo la data di adozione della presente raccomandazione sulle azioni intraprese in risposta a questa raccomandazione.

INVITA LA COMMISSIONE:

1. a seguire e a valutare gli sviluppi e le azioni intraprese negli Stati membri e a livello comunitario;

2. a riferire sull'attuazione delle misure proposte, in base alle informazioni fornite dagli Stati membri, entro un anno dalla data di ricevimento delle informazioni trasmesse dagli Stati membri in conformità della presente raccomandazione;

3. a esaminare in quale misura le disposizioni di cui alla presente raccomandazione risultano efficaci e a considerare la necessità di ulteriori azioni, in particolare se nel mercato interno dovessero apparire disparità nei settori oggetto della presente raccomandazione.

Fatto a Bruxelles, addì 2 dicembre 2002.

Per il Consiglio

Il Presidente

B. BENDTSEN