RICHTLIJN 98/43/EG VAN HET EUROPEES PARLEMENT EN DE RAAD

van 6 juli 1998

betreffende de onderlinge aanpassing van de wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen van de lidstaten op het gebied van reclame en sponsoring voor tabaksproducten

HET EUROPEES PARLEMENT EN DE RAAD VAN DE EUROPESE UNIE,

Gelet op het Verdrag tot oprichting van de Europese Gemeenschap, inzonderheid op artikel 57, lid 2, en de artikelen 66 en 100 A,

Gezien het voorstel van de Commissie [1],

Gezien het advies van het Economisch en Sociaal Comité [2],

Overeenkomstig de procedure van artikel 189 B van het Verdrag [3],

(1) Overwegende dat er verschillen bestaan tussen de wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen van de lidstaten inzake reclame en sponsoring voor tabaksproducten; dat deze reclame over de grenzen van de lidstaten heen reikt en dat die verschillen belemmeringen kunnen vormen voor het vrije verkeer van dragers van dergelijke reclame en sponsoring en het vrij verrichten van diensten op dit gebied, alsmede de mededinging kunnen verstoren; dat zij de werking van de interne markt derhalve kunnen belemmeren;

(2) Overwegende dat deze belemmeringen moeten worden weggenomen en dat daartoe de regels betreffende de reclame en de sponsoring voor tabaksproducten onderling moeten worden aangepast, waarbij de lidstaten wel de mogelijkheid moet worden gelaten om onder bepaalde voorwaarden nadere vereisten voor te schrijven die zij nodig achten om de bescherming van de gezondheid van de bevolking te waarborgen;

(3) Overwegende dat de Commissie, overeenkomstig artikel 100 A, lid 3, van het Verdrag, in haar in lid 1 van genoemd artikel bedoelde voorstellen van een hoog beschermingsniveau op het gebied van de volksgezondheid, de veiligheid, de milieubescherming en de consumentenbescherming uitgaat;

(4) Overwegende dat derhalve in de onderhavige richtlijn naar behoren rekening dient te worden gehouden met de bescherming van de volksgezondheid, en in het bijzonder de gezondheid van jongeren, voor wie reclame een belangrijke rol heeft in de tabakspromoting;

(5) Overwegende dat de Raad, met het oog op de goede werking van de interne markt, op basis van artikel 100 A de Richtlijnen 89/622/EEG [4] en 90/239/EEG [5] inzake de etikettering van tabaksproducten en het maximum teergehalte in sigaretten heeft aangenomen;

(6) Overwegende dat reclame voor geneesmiddelen voor menselijk gebruik onder Richtlijn 92/28/EEG [6] valt en dat reclame voor producten voor tabaksontwenning derhalve niet onder het toepassingsgebied van de onderhavige richtlijn valt;

(7) Overwegende dat de onderhavige richtlijn niet van toepassing is op interne mededelingen, uitsluitend bedoeld voor de bedrijfstak van de handel in tabaksproducten, de presentatie van te koop aangeboden tabaksproducten en de prijsaanduiding ervan, alsmede, afhankelijk van de verkoopstructuur, de voor de koper bestemde reclame op de verkooppunten en de verkoop van publicaties uit derde landen die niet voldoen aan deze richtlijn, een en ander echter met inachtneming van het Gemeenschapsrecht en de internationale verplichtingen van de Gemeenschap; dat de lidstaten op die terreinen desgewenst passende maatregelen kunnen treffen;

(8) Overwegende dat er sprake is van interdependentie tussen alle vormen van mondelinge, geschreven en

---

(1) PB C 129 van 21.5.1992, blz. 5.
(2) PB C 313 van 30.11.1992, blz. 27.
(3) Advies van het Europees Parlement van 11 februari 1992 (PB C 67 van 16.3.1992, blz. 35), bevestigd op 3 december 1993 uit hoofde van de procedure van artikel 189 B, gemeenschappelijk standpunt van de Raad van 12 februari 1998 (PB C 91 van 26.3.1998, blz. 34) en besluit van het Parlement van 13 mei 1998 (PB C 167 van 1.6.1998). Besluit van de Raad van 22 juni 1998.

(4) PB L 359 van 8.12.1989, blz. 1. Richtlijn gewijzigd bij Richtlijn 92/41/EEG (PB L 158 van 11.6.1992, blz. 30).
(5) PB L 137 van 30.5.1990, blz. 36.
(6) PB L 113 van 30.4.1992, blz. 13.

gedrukte reclame en radio-, televisie- en filmreclame en dat, teneinde elk risico van verstoring van de mededinging of van omzeiling van de regelgeving te voorkomen, deze richtlijn moet gelden voor alle reclamevormen en reclamemedia behalve televisiereclame, die reeds wordt bestreken door Richtlijn 89/552/EEG van de Raad van 3 oktober 1989 betreffende de coördinatie van bepaalde wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen in de lidstaten inzake de uitoefening van televisieomroepactiviteiten ([1]);

(9) Overwegende dat alle vormen van onrechtstreekse reclame en sponsoring voor, alsook het gratis uitreiken van tabaksproducten, dezelfde gevolgen hebben als rechtstreekse reclame en derhalve, onverminderd het fundamentele beginsel van vrijheid van meningsuiting, dienen te worden gereglementeerd, met inbegrip van onrechtstreekse vormen van reclame en sponsoring waarbij, hoewel het tabaksproduct er niet rechtstreeks in wordt genoemd, een naam, merk, symbool of enig ander voor tabaksproducten gebruikt onderscheidend teken wordt gebruikt; dat de toepassing van deze bepalingen door de lidstaten evenwel kan worden uitgesteld om de aanpassing van de handelspraktijken en de vervanging van sponsoring voor tabaksproducten door andere passende vormen van ondersteuning mogelijk te maken;

(10) Overwegende dat, onverminderd de reglementering van reclame voor tabaksproducten, de lidstaten toestemming mogen blijven verlenen om, onder bepaalde voorwaarden, voor de reclame voor andere producten of diensten dan tabaksproducten een naam te blijven gebruiken die, te goeder trouw, reeds vóór de inwerkingtreding van deze richtlijn zowel voor deze producten of diensten als voor tabaksproducten werd gebruikt;

(11) Overwegende dat de bestaande sponsoring van evenementen of activiteiten die de lidstaten gedurende acht jaar na de inwerkingtreding van deze richtlijn en uiterlijk tot 1 oktober 2006 kunnen blijven toestaan en tijdens welke overgangsperiode op vrijwillige basis beperkingen en vermindering van de uitgaven zullen plaatsvinden, alle middelen moet omvatten om de doelstellingen van de sponsoring als omschreven in deze richtlijn te kunnen bereiken;

(12) Overwegende dat de lidstaten, met het oog op de controle op de toepassing van de in het kader van deze richtlijn genomen nationale maatregelen, met inachtneming van hun nationale wetgeving, in passende en doeltreffende middelen moeten voorzien,

([1]) PB L 298, 17.10.1989, blz. 23. Richtlijn gewijzigd bij Richtlijn 97/36/EG (PB L 202, 30.7.1997, blz. 60).

HEBBEN DE VOLGENDE RICHTLIJN VASTGESTELD:

Artikel 1

Deze richtlijn heeft ten doel de onderlinge aanpassing van de wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen van de lidstaten op het gebied van reclame en sponsoring voor tabaksproducten.

Artikel 2

In deze richtlijn wordt verstaan onder:

1. „tabaksproducten": alle voor roken, snuiven, zuigen of pruimen bestemde producten die, al is het slechts ten dele, uit tabak bestaan;

2. „reclame": elke vorm van commerciële mededeling die het aanprijzen van een tabaksproduct tot doel dan wel rechtstreeks of onrechtstreeks tot gevolg heeft, met inbegrip van de reclame die, zonder het tabaksproduct rechtstreeks te noemen, het reclameverbod tracht te omzeilen door gebruik te maken van een naam, merk, symbool of enig ander onderscheidend teken van een tabaksproduct;

3. „sponsoring": iedere openbare of particuliere bijdrage aan evenementen of activiteiten, die het promoten van een tabaksproduct tot doel dan wel rechtstreeks of onrechtstreeks tot gevolg heeft;

4. „tabaksverkooppunt": iedere plaats waar tabaksproducten verkocht worden.

Artikel 3

1. Onverminderd het bepaalde in Richtlijn 89/552/EEG is iedere vorm van reclame of sponsoring in de Gemeenschap verboden.

2. Lid 1 belet niet dat een lidstaat kan toestaan dat een naam die reeds te goeder trouw gebruikt wordt voor zowel tabaksproducten als andere producten of diensten welke vóór 30 juli 1998 door eenzelfde onderneming of door verschillende ondernemingen in de handel zijn gebracht of worden aangeboden, voor reclame voor die andere producten of diensten wordt gebruikt.

Die naam mag echter slechts worden gebruikt in een duidelijk andere presentatievorm dan die waarin hij voor het tabaksproduct gebruikt wordt, met uitsluiting van enig ander onderscheidend teken dat reeds voor een tabaksproduct gebruikt wordt.

3. a) De lidstaten dragen er zorg voor dat geen enkel tabaksproduct de naam, het merk, het symbool en

enig ander onderscheidend teken van een ander product of een andere dienst draagt, tenzij dit tabaksproduct reeds op de in artikel 6, lid 1, bedoelde datum onder die naam of dat merk of symbool, dan wel met enig ander onderscheiden teken, in de handel was.

b) Het in lid 1 bedoelde verbod mag niet worden omzeild door voor producten of diensten die na de in artikel 6, lid 1, vermelde datum op de markt worden gebracht, namen, merken, symbolen of andere onderscheidende tekens te gebruiken die eerder al voor een tabaksproduct werden gebruikt.

Te dien einde moeten de naam, het merk, het symbool of enig ander onderscheidend teken van het product of de dienst worden gepresenteerd in een duidelijk andere vorm dan die van het tabaksproduct.

4. Iedere gratis uitreiking die het aanprijzen van een tabaksproduct ten doel of tot rechtstreeks of onrechtstreeks gevolg heeft, is verboden.

5. Deze richtlijn is niet van toepassing op:

— mededelingen die uitsluitend voor de bedrijfstak van de handel in tabaksproducten bestemd zijn;

— de presentatie van te koop aangeboden tabaksproducten en de prijsaanduiding daarvan op de tabaksverkooppunten;

— voor de koper bestemde reclame in winkels die gespecialiseerd zijn in de verkoop van tabaksproducten, en op hun voorgevel of, ingeval van inrichtingen waar verschillende artikelen of diensten worden verkocht of verricht, op de plaats die bestemd is voor de verkoop van tabaksproducten, alsmede op de verkooppunten waarvoor in Griekenland een bijzonder systeem van vergunningen voor sociale doeleinden geldt (zogenaamde periptera);

— de verkoop van in derde landen uitgegeven en gedrukte publicaties met reclame voor tabaksproducten, mits die publicaties niet hoofdzakelijk voor de communautaire markt bestemd zijn.

Artikel 4

De lidstaten dragen er zorg voor dat er passende en doeltreffende middelen zijn om de toepassing van de in het kader van deze richtlijn genomen nationale maatregelen te waarborgen en te controleren. Deze middelen kunnen maatregelen omvatten die personen of organisaties die volgens de nationale wetgeving een rechtmatig belang hebben bij het verwijderen van reclame die niet verenigbaar is met de onderhavige richtlijn, de mogelijkheid bieden in rechte op te treden tegen dergelijke reclame, dan wel zich tot een bestuurlijke instantie te wenden die bevoegd is zelf over de klacht uitspraak te doen of een passende gerechtelijke procedure in te leiden.

Artikel 5

Deze richtlijn laat de bevoegdheid van de lidstaten onverlet om met inachtneming van het Verdrag strengere eisen vast te stellen die zij, voor de bescherming van de volksgezondheid, op het gebied van de reclame of sponsoring voor tabaksproducten nodig achten.

Artikel 6

1. De lidstaten stellen de nodige wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen vast om uiterlijk op 30 juli 2001 aan deze richtlijn te voldoen. Zij stellen de Commissie daarvan onverwijld in kennis.

Wanneer de lidstaten deze bepalingen aannemen, wordt in die bepalingen naar de onderhavige richtlijn verwezen of wordt hiernaar verwezen bij de officiële bekendmaking van die bepalingen. De regels voor deze verwijzing worden vastgesteld door de lidstaten.

2. De lidstaten delen de Commissie de tekst mede van de belangrijkste bepalingen van nationaal recht die zij op het door deze richtlijn bestreken gebied vaststellen.

3. De lidstaten kunnen de toepassing van artikel 3, lid 1,

— met een jaar uitstellen ten aanzien van de geschreven pers,

— met twee jaar uitstellen voor sponsoring.

In uitzonderlijke gevallen en om naar behoren gemotiveerde redenen kunnen de lidstaten gedurende een extra periode van drie jaar, uiterlijk tot 1 oktober 2006, toestemming blijven verlenen voor de bestaande sponsoring van op mondiaal niveau georganiseerde evenementen of activiteiten, mits:

— de aan die sponsoring bestede bedragen in de loop van de overgangsperiode afnemen;

— vrijwillige beperkende maatregelen worden genomen om de zichtbaarheid van de reclame tijdens de betreffende evenementen of activiteiten te beperken.

Artikel 7

Uiterlijk op 30 juli 2001 en vervolgens om de twee jaar dient de Commissie bij het Europees Parlement, de Raad en het Economisch en Sociaal Comité een verslag in over de toepassing van deze richtlijn, met name over de uitvoering en de gevolgen van artikel 3, leden 2 en 3 van artikel 6, lid 3, in voorkomend geval vergezeld van voorstellen voor de aanpassing van deze richtlijn aan de in dat verslag geconstateerde ontwikkelingen. Een dergelijke aanpassing is niet van invloed op de in artikel 6, lid 3, bedoelde termijnen.

Artikel 8

Deze richtlijn treedt in werking op de dag van haar bekendmaking in het *Publicatieblad van de Europese Gemeenschappen*.

Artikel 9

Deze richtlijn is gericht tot de lidstaten.

Gedaan te Brussel, 6 juli 1998.

Voor het Europees Parlement	*Voor de Raad*
De Voorzitter	*De Voorzitter*
J. M. GIL-ROBLES	R. EDLINGER