Este documento es un instrumento de documentación y no compromete la responsabilidad de las instituciones

►**B** **DIRECTIVA 2003/33/CE DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO**

de 26 de mayo de 2003

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

(Texto pertinente a efectos del EEE)

(DO L 152 de 20.6.2003, p. 16)

Rectificado por:

►**C1** Rectificación, DO L 067 de 5.3.2004, p. 35 (2003/33)

▼B

DIRECTIVA 2003/33/CE DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO

de 26 de mayo de 2003

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

(Texto pertinente a efectos del EEE)

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 los artículos 55 y 95,

Vista la propuesta de la Comisión [1],

Visto el dictamen del Comité Económico y Social Europeo [2],

Previa consulta al Comité de las Regiones,

De conformidad con el procedimiento establecido en el artículo 251 del Tratado [3],

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 y de su patrocinio. Dicha publicidad y dicho patrocinio traspasan en algunos casos las fronteras de los Estados miembros o afectan a actos 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 encontrado algunos obstáculos de este tipo. En el caso del patrocinio, es probable que aumenten las distorsiones de las condiciones de la 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 publicaciones.

(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 regulación 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 Comuni-

---

([1]) DO C 270 E de 25.9.2001, p. 97.
([2]) DO C 36 de 8.2.2002, p. 104.
([3]) Dictamen del Parlamento Europeo de 20 de noviembre de 2002 (no publicado aún en el Diario Oficial) y Decisión del Consejo de 27 de marzo de 2003.

▼B

dad, evitando así 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 en dicho mercado interior a las revistas y los periódicos que no vayan dirigidos al público en general, como es el caso de las publicaciones destinadas exclusivamente a los profesionales del comercio del tabaco, y a las publicaciones impresas y editadas en terceros países que no estén destinadas principalmente al mercado comunitario.

(5) Las disposiciones legislativas, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a determinados tipos de patrocinio con alcance transfronterizo de productos del tabaco 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 acontecimientos de alcance transfronterizo, ya que de otro modo podría constituir un medio de eludir las restricciones aplicadas a las formas de publicidad directa, sin regular el patrocinio a un nivel puramente nacional.

(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. Éstos, 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 su propia naturaleza, un carácter transfronterizo y debe ser regulada a nivel comunitario.

(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 debe 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 Comisión debe elaborar un informe sobre la aplicación de la presente Directiva. Los programas pertinentes de la Comunidad deben 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 velar por el control de la aplicación de las disposiciones adoptadas con arreglo a la presente Directiva, de acuerdo con lo dispuesto en su legislación nacional, 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 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 re-

▼B

lativas al mercado interior ([1]). Entre estos medios deben 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 presente Directiva regula la publicidad de los productos del tabaco en los medios de comunicación distintos de la televisión, es decir, en la prensa y otras publicaciones impresas, en las emisiones de radio y en los servicios de la sociedad de la información. También regula el patrocinio, por parte de las empresas tabaqueras, de programas radiofónicos y de acontecimientos o actividades en que participen varios Estados miembros, que se celebren en los respectivos territorios de varios Estados miembros o que tengan de cualquier otro modo efectos transfronterizos, incluida la distribución gratuita o con descuento de productos del tabaco. Otras formas de publicidad, como la publicidad indirecta, así como el patrocinio de acontecimientos o actividades sin efectos transfronterizos, no entran en el ámbito de aplicación de la presente Directiva. A reserva de lo dispuesto en el Tratado, los Estados miembros conservan la facultad de regular estas cuestiones si lo consideran necesario para garantizar la protección de la salud humana.

(13) La publicidad relativa a los medicamentos de uso humano está contemplada en la Directiva 2001/83/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 6 de noviembre de 2001, por la que se establece un código comunitario sobre medicamentos para uso humano ([2]). La publicidad referente a los productos destinados a superar la adicción al tabaco no entra en el ámbito de aplicación de la presente Directiva.

(14) 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 legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva ([3]), 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 empresas cuya actividad principal sea la fabricación o la venta de cigarrillos o de otros productos del tabaco 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.

(15) 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 legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros en materia de publicidad engañosa ([4]). La Directiva 2001/37/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 5 de junio de 2001, relativa a la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros en materia de fabricación, presentación y venta de los productos del tabaco ([5]), contiene disposiciones sobre la utilización de descripciones engañosas en el etiquetado de los productos del tabaco, cuyo efecto transfronterizo también ha sido comprobado.

([1]) DO C 188 de 22.7.1995, p. 1.
([2]) DO L 311 de 28.11.2001, p. 67.
([3]) DO L 298 de 17.10.1989, p. 23; Directiva modificada por la Directiva 97/36/CE del Parlamento Europeo y del Consejo (DO L 202 de 30.7.1997, p. 60).
([4]) DO L 250 de 19.9.1984, p. 17; Directiva modificada por la Directiva 97/55/CE del Parlamento Europeo y del Consejo (DO L 290 de 23.10.1997, p. 18).
([5]) DO L 194 de 18.7.2001, p. 26.

▼B

(16) 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 ([1]) fue anulada por el Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas en el asunto C-376/98, la República Federal de Alemania a/e Parlamento Europeo y el Consejo de la Unión Europea ([2]). En consecuencia, toda referencia hecha a la Directiva 98/43/CE debe entenderse hecha a la presente Directiva.

(17) Con arreglo al principio de proporcionalidad, resulta necesario y apropiado para alcanzar el objetivo principal de un correcto funcionamiento del mercado interior establecer normas relativas a la publicidad y al patrocinio de los productos del tabaco. La presente Directiva no excede de lo necesario para alcanzar el objetivo perseguido con arreglo al párrafo tercero del artículo 5 del Tratado.

(18) La presente Directiva respeta los derechos fundamentales y observa los principios reconocidos, principalmente, 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.

HAN ADOPTADO LA PRESENTE DIRECTIVA:

Artículo 1

Objeto y ámbito de aplicación

1. La presente Directiva tiene por objeto la aproximación de 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 información, y

d) por medio del patrocinio del tabaco, incluida la distribución gratuita de productos del tabaco.

2. La presente Directiva se propone garantizar la libre circulación de los medios de comunicación en cuestión y de 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;

([1]) DO L 213 de 30.7.1998, p. 9.
([2]) Rec. 2000, p. I-8419.

▼B

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, de 22 de junio de 1998, por la que se establece un procedimiento de información en materia de las normas y reglamentaciones técnicas y de las reglas relativas a los servicios de la sociedad de la información ([1]).

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 impresas y editadas 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 o venta 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, se celebren en varios Estados miembros o tengan de cualquier otro modo efectos transfronterizos.

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 el 20 de junio de 2008, la Comisión presentará al Parlamento Europeo, al Consejo y al Comité Económico y Social Europeo un informe sobre la aplicación de la presente Directiva. Dicho informe irá acompañado de las propuestas de modificación de la presente Directiva que la Comisión considere necesarias.

([1]) DO L 204 de 21.7.1998, p. 37; Directiva modificada por la Directiva 98/48/CE (DO L 217 de 5.8.1998, p. 18).

▼B

Artículo 7

Sanciones y 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 ejecución. Las sanciones que prevean deberán ser efectivas, proporcionadas y disuasorias. Los Estados miembros notificarán dicho régimen a la Comisión a más tardar en la fecha establecida en el artículo 10, y le notificarán, asimismo con la mayor brevedad, cualquier modificación subsiguiente que afecte a dicho régimen.

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

Artículo 8

Libre circulación de productos y servicios

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

Artículo 9

Referencias a la Directiva 98/43/CE

Toda referencia a la Directiva 98/43/CE anulada deberá entenderse como una referencia a la presente Directiva.

Artículo 10

Aplicación

1. 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 de ello inmediatamente 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.

▼C1

_____

▼B

Artículo 11

Entrada en vigor

▼C1

La presente Directiva entrará en vigor a los veinte días de su publicación en el *Diario Oficial de la Unión Europea*.

▼B

Artículo 12

Destinatarios

Los destinatarios de la presente Directiva son los Estados miembros.