Ez a dokumentum kizárólag tájékoztató jellegű, az intézmények semmiféle felelősséget nem vállalnak a tartalmáért

►B **AZ EURÓPAI PARLAMENT ÉS A TANÁCS 2003/33/EK IRÁNYELVE**

(2003. május 26.)

a tagállamok dohánytermékek reklámozására és szponzorálására vonatkozó törvényi, rendeleti és közigazgatási rendelkezéseinek közelítéséről

(EGT vonatkozású szöveg)

(HL L 152, 20.6.2003, o. 16)

Helyesbítette:

►C1 Helyesbítés, HL L 067, 24.8.2006, 27. o. (2003/33)

▼B

AZ EURÓPAI PARLAMENT ÉS A TANÁCS 2003/33/EK IRÁNYELVE

(2003. május 26.)

a tagállamok dohánytermékek reklámozására és szponzorálására vonatkozó törvényi, rendeleti és közigazgatási rendelkezéseinek közelítéséről

(EGT vonatkozású szöveg)

AZ EURÓPAI PARLAMENT ÉS AZ EURÓPAI UNIÓ TANÁCSA,

tekintettel az Európai Közösséget létrehozó szerződésre, és különösen annak 47. cikke (2) bekezdésére, valamint 55. és 95. cikkére,

tekintettel a Bizottság javaslatára ([1]),

tekintettel az Európai Gazdasági és Szociális Bizottság véleményére ([2]),

a Régiók Bizottságával folytatott konzultációt követően,

a Szerződés 251. cikkében megállapított eljárásnak megfelelően ([3]),

mivel:

(1) A tagállamok dohánytermékek reklámozásáról és a kapcsolódó szponzorálásról szóló törvényi, rendeleti és közigazgatási rendelkezései között eltérések vannak. Az ilyen reklámozás és szponzorálás bizonyos esetekben átlép a tagállamok határain, vagy nemzetközi szinten szervezett rendezvényeket érint, és ezek olyan tevékenységek, amelyekre a Szerződés 49. cikkét kell alkalmazni. A nemzeti jogszabályok közötti különbségek valószínűleg egyre inkább korlátozzák az olyan termékek és szolgáltatások tagállamok közötti szabad mozgását, amelyek az ilyen reklámozás és szponzorálás támogatására szolgálnak. A sajtóban történő reklámozás esetében már felmerültek bizonyos akadályok. A szponzorálás esetében a versenyfeltételek torzulásai valószínűleg növekednek, és már észrevehetők voltak bizonyos nagyobb sport- és kulturális rendezvények szervezésével kapcsolatban.

(2) Ezeket a korlátokat meg kell szüntetni, és ebből a célból a dohánytermékek reklámozására és a kapcsolódó szponzorálásra vonatkozó szabályokat meghatározott esetekben közelíteni kell egymáshoz. Szükség van különösen annak meghatározására, hogy a dohánytermékek reklámozása milyen mértékben megengedett a kiadványok bizonyos kategóriáikban.

(3) A Szerződés 95. cikkének (3) bekezdése előírja a Bizottság számára, hogy a belső piac létrehozásáról és működésére vonatkozó, egészséggel kapcsolatos javaslataiban magas szintű védelmet vegye alapul. Hatásköreik keretén belül az Európai Parlament és a Tanács szintén törekednek ennek a célkitűzésnek az elérésére. A tagállamok közelítendő jogszabályainak célja a közegészség védelme a Közösségen belül évente több mint félmillió halálesetért felelős, függőséget okozó termék, a dohány reklámozásának szabályozásával, elkerülve ily módon olyan helyzet kialakulását, amelyben a fiatalok a reklám hatására fiatal korban dohányozni kezdenek, és függővé válnak.

([1]) HL C 270. E, 2001.9.25., 97. o.
([2]) HL C 36., 2002.2.8., 104. o.
([3]) Az Európai Parlament 2002. november 20-i véleménye (a Hivatalos Lapban még nem tették közzé) és a Tanács 2003. március 27-i határozata.

▼B

(4) A belső piacon a kiadványok, úgymint folyóiratok, napilapok és magazinok terjesztése a szabad mozgás akadályoztatása észrevehető kockázatának van kitéve a tagállamok törvényi, rendeleti és közigazgatási rendelkezései miatt, amelyek tiltják vagy szabályozzák a dohánytermékek reklámozását az ilyen sajtótermékekben. Valamennyi ilyen sajtótermék szabad mozgásának a belső piac egész területén történő biztosítása érdekében szükséges a dohánytermékek reklámozását azokra a magazinokra és folyóiratokra korlátozni, amelyeket nem a nagyközönségnek szánnak, úgymint a kizárólag a dohányiparban dolgozó szakembereknek szánt, illetve harmadik országokban nyomtatott és kiadott, elsősorban nem a Közösség piacára szánt kiadványokra.

(5) A tagállamok törvényi, rendeleti és közigazgatási rendelkezései, amelyek bizonyos dohánytermékek számára előnyös, határokon átnyúló hatású szponzorálási típusokra vonatkoznak, a belső piacon e tevékenység versenyfeltételei torzulásának észrevehető kockázatát eredményezik. E torzulások kiküszöbölése érdekében az ilyen szponzorálást kizárólag az olyan, országhatárokon átnyúló hatású tevékenységek és rendezvények esetében szükséges megtiltani, amelyek egyébként a reklámozás közvetlen formáira vonatkozó korlátozások kijátszásának eszközei lehetnének, a pusztán országos szintű szponzorálás szabályozása nélkül.

(6) A dohánytermékek reklámozásának egyik eszköze az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások használata, amely e szolgáltatások nagyközönség általi fogyasztásának és elérhetőségének növekedésével együtt fokozódik. Az ilyen szolgáltatások, valamint a rádiós műsorszolgáltatás, amely szintén továbbítható az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások révén, a fiatal fogyasztók számára különösen vonzóak és hozzáférhetőek. A dohánytermékek reklámozása ebben a két médiumban természeténél fogva országhatárokon átnyúló természetű, és közösségi szinten szabályozandó.

(7) A dohánytermékek ingyenes terjesztése számos tagállamban korlátozás alá esik, tekintettel a nagy függőségi kockázat lehetőségére. Az ingyenes terjesztés esetei határokon átnyúló hatású rendezvények szponzorálásának összefüggésében előfordultak, és ezért ezeket tiltani kell.

(8) A dohánytermékek reklámozására és a kapcsolódó szponzorálásra vonatkozó, nemzetközi szinten alkalmazható szabványok az Egészségügyi Világszervezet Dohánytermék Ellenőrzési Keretegyezménye tervezetének kidolgozásával kapcsolatos tárgyalások tárgyát képezik. E tárgyalások célja, hogy kötelező nemzetközi szabályokat hozzanak létre, amelyek az ebben az irányelvben szereplő szabályokat kiegészítik.

(9) A Bizottságnak jelentést kell készítenie ennek az irányelvnek a végrehajtásáról. A kapcsolódó közösségi programokban rendelkezni kell ezen irányelv közegészségre gyakorolt hatásának figyelemmel kíséréséről.

(10) A tagállamoknak megfelelő és hatékony lépéseket kell tenniük, hogy nemzeti jogszabályaiknak megfelelően biztosítsák az ezen irányelvnek megfelelően elfogadott intézkedések végrehajtásának ellenőrzését, a szankcióknak a Közösség belső piaca létrehozásában játszott szerepéről szóló, az Európai Parlamenthez és a Tanácshoz címzett bizottsági közlemény, illetve a belső piacon a közösségi jog hatékony, egységes alkalmazásáról, valamint a közösségi jog megsértésére vonatkozóan alkalmazandó szankciókról szóló, 1995. június 29-i tanácsi állásfoglalás ([1]) rendelkezései szerint. Az ilyen eszközök között szerepelnie kell olyan személyek és szervezetek beavatkozására vonatkozó rendelkezéseknek,

([1]) HL C 188., 1995.7.22, 1. o.

▼B

akiknek jogos érdeke fűződik az ennek az irányelvnek meg nem felelő tevékenységek visszaszorításához.

(11) Az ebben az irányelvben előírt szankciók nem érintik a nemzeti jog által előírt egyéb szankciókat vagy jogorvoslatokat.

(12) Ez az irányelv a dohánytermékek reklámozását szabályozza a televíziótól eltérő médiában, azaz a sajtóban és más nyomtatott kiadványokban, a rádiós műsorszórásban és az információs társadalommal összefüggő szolgáltatásokban. Szabályozza a rádióműsorok, valamint a több tagállamot érintő vagy több tagállamban zajló, illetve más módon, határokon átnyúló hatást gyakorló rendezvények vagy tevékenységek dohányipari cégek általi szponzorálását, beleértve a dohánytermékek ingyenes vagy árengedménnyel történő terjesztését is. A reklámozás egyéb formái, úgymint a közvetett reklámozás, valamint a határokon átnyúló hatással nem rendelkező rendezvények vagy tevékenységek szponzorálása nem tartozik ennek az irányelvnek az alkalmazási körébe. A Szerződésre is figyelemmel, továbbra is a tagállamok hatáskörébe tartozik, hogy ezeket a kérdéseket az emberi egészség védelmének biztosítása érdekében a saját maguk által szükségesnek ítélt módon szabályozzák.

(13) Az emberi felhasználásra szánt gyógyszerekkel kapcsolatos reklámozást az emberi felhasználásra szánt gyógyszerek közösségi kódexéről szóló, 2001. november 6-i 2001/83/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv ([1]) szabályozza. A dohányfüggőség leküzdéséhez való felhasználásra szánt termékekkel kapcsolatos reklámozás nem tartozik ennek az irányelvnek az alkalmazási körébe.

(14) Ez az irányelv nem sértheti a tagállamok törvényi, rendeleti vagy közigazgatási rendelkezésekben meghatározott, televíziós műsorszolgáltató tevékenységre vonatkozó egyes rendelkezéseinek összehangolásáról szóló, 1989. október 3-i 89/552/EGK tanácsi irányelvet ([2]), amely a cigaretta és más dohánytermékek televíziós reklámozásának valamennyi formáját tiltja. A 89/552/EGK irányelv előírja, hogy televíziós műsorokat nem szponzorálhatnak olyan vállalkozások, amelyek fő tevékenysége a cigaretta és egyéb dohánytermékek gyártása vagy eladása, vagy olyan szolgáltatások nyújtása, amelyek reklámozását az említett irányelv tiltja. A 89/552/EGK irányelv tiltja a dohánytermékek távvásárlását is.

(15) A reklámozás országhatárokon átnyúló jellegét a megtévesztő reklámra vonatkozó tagállami törvényi, rendeleti és közigazgatási rendelkezések közelítéséről szóló, 1984. szeptember 10-i 84/450/EGK tanácsi irányelv ([3]) elismerte. A tagállamoknak a dohánytermékek gyártására, kiszerelésére és árusítására vonatkozó törvényi, rendeleti és közigazgatási rendelkezései közelítéséről szóló, 2001. június 5-i 2001/37/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv ([4]) rendelkezéseket tartalmaz a dohánytermékek címkézésében szereplő megtévesztő leírások használatára vonatkozóan, amelyek határokon átnyúló hatása szintén elismert.

(16) A dohánytermékek reklámozására és szponzorálására vonatkozó tagállami törvényi, rendeleti és közigazgatási rendelkezések közelítéséről szóló, 1998. július 6-i 98/43/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvet ([5]) a Bíróság a *Németországi Szövetségi Köztársaság kontra Európai Parlament és az Európai Unió Tanácsa* C-

([1]) HL L 311., 2001.11.28., 67. o.
([2]) HL L 298., 1989.10.17., 23. o. A 97/36/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvvel (HL L 202., 1997.7.30, 60. o.) módosított irányelv.
([3]) HL L 250., 1984.9.19., 17. o. A 97/55/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvvel (HL L 290., 1997.10.23., 18. o.) módosított irányelv.
([4]) HL L 194., 2001.7.18., 26. o.
([5]) HL L 213., 1998.7.30., 9. o.

▼B

376/98. sz. ügyben ([1]) megsemmisítette. A 98/43/EK irányelvre való hivatkozásokat ezért erre az irányelvre való hivatkozásokként kell értelmezni.

(17) Az arányosság elvével összhangban a belső piac megfelelő működésének alapvető célkitűzése teljesítése érdekében szükséges és helyénvaló a dohánytermékek reklámozására és a kapcsolódó szponzorálásra vonatkozó szabályok megállapítása. Ez az irányelv nem lép túl azon a mértéken, ami a Szerződés 5. cikke harmadik bekezdésével összhangban levő célkitűzések eléréséhez szükséges.

(18) Ez az irányelv tiszteletben tartja különösen, az Európai Unió alapjogi chartája által elismert alapvető jogokat és elveket. Ez az irányelv különösen a szólásszabadság alapjoga tiszteletben tartásának biztosítására törekszik,

ELFOGADTA EZT AZ IRÁNYELVET:

1. cikk

Célkitűzés és alkalmazási kör

(1) Ennek az irányelvnek a célja, hogy közelítse a tagállamoknak azokat a törvényi, rendeleti és közigazgatási rendelkezéseit, amelyek a dohánytermékek reklámozására és azok vásárlásösztönzésére vonatkoznak

a) a sajtóban és más nyomtatott kiadványokban;

b) rádiós műsorszórásban;

c) az információs társadalommal összefüggő szolgáltatásokban, és

d) a dohánytermékekkel kapcsolatos szponzorálás által, beleértve a dohánytermékek ingyenes terjesztését is.

(2) Ennek az irányelvnek az a célja, hogy biztosítsa az érintett médiumok, valamint a kapcsolódó szolgáltatások szabad mozgását, és hogy felszámolja a belső piac működésének akadályait.

2. cikk

Fogalommeghatározások

Ezen irányelv alkalmazásában:

a) „dohánytermék”: minden olyan termék, amelyet dohányzásra, felszippantásra, szopogatásra vagy rágásra szánnak, amennyiben az - akár csak részben - dohányból készül;

b) „reklám”: a kereskedelmi tájékoztatások minden olyan formája, amelynek célja, illetve közvetlen vagy közvetett hatása egy dohánytermék reklámozása;

c) „szponzorálás”: bármilyen nyilvános vagy magánjellegű hozzájárulás bármely rendezvényhez, tevékenységhez vagy bármely egyén számára, amelynek célja, illetve közvetlen vagy közvetett hatása egy dohánytermék vásárlásának ösztönzése;

d) „információs társadalommal összefüggő szolgáltatások”: a műszaki szabványok és szabályok terén történő információszolgáltatási eljárás megállapításáról szóló, 1998. június 22-i 98/34/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv ([2]) 1. cikkének (2) bekezdése értelmezése szerinti szolgáltatások.

([1]) EBHT 2000, I-8419. o.
([2]) HL L 204., 1998.7.21., 37. o., A 98/48/EK irányelvvel (HL L 217., 1998.8.5, 18. o.) módosított irányelv.

▼B

3. cikk

Reklám a nyomtatott médiában és információs társadalommal összefüggő szolgáltatásokban

(1) A sajtóban és más nyomtatott kiadványokban történő reklám kizárólag a dohányipar szakemberei számára szánt kiadványokra, és harmadik országokban nyomtatott és kiadott olyan kiadványokra korlátozódik, amelyeket elsősorban nem a közösségi piacra szánnak.

A sajtóban és más nyomtatott kiadványokban történő minden egyéb reklám tilos.

(2) A sajtóban és más nyomtatott kiadványokban nem megengedett reklám tilos az információs társadalommal összefüggő szolgáltatásokban is.

4. cikk

Reklám a rádióban és szponzorálás

(1) A dohánytermékek rádióban történő reklámozásának minden formája tilos.

(2) Rádióműsorokat nem szponzorálhatnak olyan vállalkozások, amelyek elsődleges tevékenysége dohánytermékek gyártása vagy értékesítése.

5. cikk

Rendezvények szponzorálása

(1) Több tagállamot érintő vagy több tagállamban zajló, vagy más módon, határokon átnyúló hatást gyakorló rendezvények és tevékenységek szponzorálása tilos.

(2) Tilos a dohánytermékek ingyenes terjesztése az (1) bekezdésben említett rendezvények szponzorálásával összefüggésben, amelynek célja, illetve közvetlen vagy közvetett hatása az ilyen termékek reklámozása.

6. cikk

Jelentéstétel

A Bizottság legkésőbb 2008. június 20-án jelentést nyújt be az Európai Parlamentnek, a Tanácsnak és az Európai Gazdasági és Szociális Bizottságnak ennek az irányelvnek a végrehajtásáról. Ehhez a jelentéshez mellékelni kell az ennek az irányelvnek a Bizottság által szükségesnek ítélt módosításaira vonatkozó javaslatokat.

7. cikk

Szankciók és végrehajtás

A tagállamok megállapítják az ezen irányelv alapján elfogadott nemzeti rendelkezések megsértésére alkalmazandó szankciókra vonatkozó szabályokat, és meghoznak minden szükséges intézkedést ezek végrehajtásának biztosítása érdekében. Az előírt szankcióknak hatásosnak, arányosnak és visszatartó erejűnek kell lenniük. A tagállamok ezekről a szabályokról legkésőbb a 10. cikkben meghatározott időpontig értesítik a Bizottságot, és késedelem nélkül értesítik az ezeket érintő minden későbbi módosításról.

E szabályoknak tartalmazniuk kell olyan rendelkezéseket, amelyek biztosítják, hogy azok a személyek vagy szervezetek, amelyeknek a nemzeti jogszabályok értelmében bizonyíthatóan jogos érdeke fűződik

▼B

az ezzel az irányelvvel ellentétes reklámozás, szponzorálás vagy más tevékenység visszaszorításához, jogi eljárást indíthassanak az ilyen reklámozás vagy szponzorálás ellen, vagy felhívhassák egy panaszok ügyében eljárni vagy megfelelő bírósági eljárást indítani jogosult közigazgatási szerv figyelmét az ilyen reklámozásra vagy szponzorálásra.

8. cikk

Termékek és szolgáltatások szabad mozgása

A tagállamok nem tilthatják meg és nem korlátozhatják az ennek az irányelvnek megfelelő termékek és szolgáltatások szabad mozgását.

9. cikk

Hivatkozások a 98/43/EK irányelvre

A megsemmisített 98/34/EK irányelvre való hivatkozásokat erre az irányelvre való hivatkozásokként kell értelmezni.

10. cikk

Végrehajtás

(1) A tagállamok hatályba léptetik azokat a törvényi, rendeleti és közigazgatási rendelkezéseket, amelyek szükségesek ahhoz, hogy ennek az irányelvnek ►C1 legkésőbb 2005. július 31-ig megfeleljenek. ◄ Erről haladéktalanul tájékoztatják a Bizottságot.

Amikor a tagállamok elfogadják ezeket a rendelkezéseket, azokban hivatkozni kell erre az irányelvre, vagy azokhoz kihirdetésük alkalmával ilyen hivatkozást kell fűzni. A hivatkozás módját a tagállamok határozzák meg.

▼C1

(2) A tagállamok közlik a Bizottsággal nemzeti joguk azon fő rendelkezéseit, amelyeket az ezen irányelv hatálya által szabályozott terület tekintetében fogadnak el.

▼B

11 cikk

Hatálybalépés

Ez az irányelv az *Európai Unió Hivatalos Lapjában* való kihirdetését követő huszadik napon lép hatályba.

12. cikk

Címzettek

Ennek az irányelvnek a tagállamok a címzettjei.