Dit document vormt slechts een documentatiehulpmiddel en verschijnt buiten de verantwoordelijkheid van de instellingen

►**B** **RICHTLIJN 2003/33/EG VAN HET EUROPEES PARLEMENT EN DE RAAD**

van 26 mei 2003

betreffende de onderlinge aanpassing van de wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen van de lidstaten inzake de reclame en sponsoring voor tabaksproducten

(Voor de EER relevante tekst)

(PB L 152 van 20.6.2003, blz. 16)

Gerectificeerd bij:

►**C1** Rectificatie PB L 067 van 5.3.2004, blz. 34 (2003/33)

▼B

RICHTLIJN 2003/33/EG VAN HET EUROPEES PARLEMENT EN DE RAAD

van 26 mei 2003

betreffende de onderlinge aanpassing van de wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen van de lidstaten inzake de reclame en sponsoring voor tabaksproducten

(Voor de EER relevante tekst)

HET EUROPEES PARLEMENT EN DE RAAD VAN DE EUROPESE UNIE,

Gelet op het Verdrag tot oprichting van de Europese Gemeenschap, en met name op artikel 47, lid 2, en de artikelen 55 en 95,

Gezien het voorstel van de Commissie ([1]),

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

Na raadpleging van het Comité van de Regio's,

Volgens de procedure van artikel 251 van het Verdrag ([3]),

Overwegende hetgeen volgt:

(1) Er bestaan verschillen tussen de wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen van de lidstaten inzake de reclame voor tabaksproducten en de sponsoring op dat gebied. Deze reclame en sponsoring reiken in sommige gevallen over de grenzen van de lidstaten heen of betreffen internationale evenementen, en zijn activiteiten waarop artikel 49 van het Verdrag van toepassing is. De verschillen in nationale wetgeving kunnen toenemende belemmeringen vormen voor het vrije verkeer tussen de lidstaten van producten of diensten die als drager voor dergelijke reclame en sponsoring dienen. In het geval van persreclame is men reeds op bepaalde belemmeringen gestuit. In het geval van sponsoring kunnen verstoringen van de mededingingsvoorwaarden toenemen en dergelijke verstoringen zijn reeds waargenomen ten aanzien van de organisatie van bepaalde grote sportieve en culturele evenementen.

(2) Deze belemmeringen moeten worden weggenomen en daartoe moeten de regels betreffende de reclame voor tabaksproducten en de sponsoring op dat gebied in specifieke gevallen onderling worden aangepast. Met name dient te worden bepaald in welke mate tabaksreclame in bepaalde categorieën publicaties toegestaan is.

(3) Artikel 95, lid 3, van het Verdrag verlangt dat de Commissie bij haar voorstellen voor de totstandbrenging en werking van de interne markt op het gebied van de gezondheid uitgaat van een hoog beschermingsniveau. Binnen hun respectieve bevoegdheden trachten ook het Europees Parlement en de Raad deze doelstelling te verwezenlijken. De onderling aan te passen wetgeving van de lidstaten moet de volksgezondheid beschermen door de aanprijzing van tabak te regelen, een verslavend product dat jaarlijks verantwoordelijk is voor meer dan een half miljoen sterfgevallen in de Gemeenschap, en moet voorkomen dat mensen door de

([1]) PB C 270 E van 25.9.2001, blz. 97.
([2]) PB C 36 van 8.2.2002, blz. 104.
([3]) Advies van het Europees Parlement van 20 november 2002 (nog niet bekendgemaakt in het Publicatieblad) en besluit van de Raad van 27 maart 2003.

▼B

reclame op jonge leeftijd met roken beginnen en eraan verslaafd raken.

(4) Het vrije verkeer in de interne markt van publicaties zoals tijdschriften, kranten en magazines kan aanzienlijk worden belemmerd door de wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen van de lidstaten die tabaksreclame in die media verbieden of reglementeren. Teneinde het vrije verkeer van al deze media in de interne markt te waarborgen, is het noodzakelijk de tabaksreclame daarin te beperken tot die magazines en tijdschriften die niet voor het grote publiek bestemd zijn, zoals publicaties die uitsluitend bestemd zijn voor personen die werkzaam zijn in de tabakshandel en in derde landen gedrukte en uitgegeven publicaties, die niet in de eerste plaats voor de communautaire markt bestemd zijn.

(5) De wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen van de lidstaten betreffende bepaalde soorten sponsoring voor tabaksproducten met grensoverschrijdend effect geven aanleiding tot een aanzienlijk risico van verstoring van de mededingingsvoorwaarden voor deze activiteit binnen de interne markt. Teneinde aan deze verstoringen een einde te maken, is een verbod op deze sponsoring uitsluitend voor activiteiten of evenementen of activiteiten met grensoverschrijdend effect zonder de louter nationale sponsoring te reglementeren welke anders een manier zou kunnen zijn om de beperkingen op directe vormen van reclame te omzeilen, noodzakelijk.

(6) In toenemende mate wordt gebruikgemaakt van de diensten van de informatiemaatschappij om reclame voor tabaksproducten te maken; in dezelfde mate neemt ook de publieke consumptie van en toegang tot dergelijke diensten toe. Deze diensten, alsmede radio-uitzendingen, die ook via diensten van de informatiemaatschappij kunnen worden doorgegeven, zijn bijzonder aantrekkelijk en toegankelijk voor jonge consumenten. Tabaksreclame via deze media is door haar aard zelf grensoverschrijdend en moet op communautair vlak worden gereglementeerd.

(7) De verspreiding om niet van tabaksproducten is in verscheidene lidstaten reeds aan beperkingen onderhevig, omdat de verslavende werking daarvan groot is. Er hebben zich gevallen van verspreiding om niet voorgedaan in het kader van de sponsoring van evenementen met grensoverschrijdend effect en deze moet daarom worden verboden.

(8) Met het oog op de opstelling van een kaderovereenkomst van de Wereldgezondheidsorganisatie inzake de bestrijding van het tabaksgebruik worden thans besprekingen gevoerd over internationaal geldende normen voor reclame voor tabaksproducten en sponsoring op dat gebied. Deze besprekingen zijn bedoeld om bindende internationale regels te scheppen in aanvulling op deze richtlijn.

(9) De Commissie moet een verslag over de uitvoering van deze richtlijn opstellen. In de desbetreffende Gemeenschapsprogramma's moet worden voorzien in controle op de gevolgen van deze richtlijn voor de volksgezondheid.

▼B

(10) De lidstaten moeten 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 voorzien, zoals bepaald in de mededeling van de Commissie aan het Europees Parlement en de Raad over de rol van sancties voor de tenuitvoerlegging van de communautaire wetgeving op het gebied van de interne markt en in de resolutie van de Raad van 29 juni 1995 over de eenvormige en doeltreffende toepassing van het Gemeenschapsrecht en over sancties op overtredingen daarvan op het gebied van de interne markt ([1]). Dergelijke middelen moeten in de mogelijkheid voorzien dat personen of organisaties met een rechtmatig belang bij de beëindiging van activiteiten die niet met deze richtlijn verenigbaar zijn, in rechte optreden.

(11) De sancties waarin deze richtlijn voorziet, dienen eventuele andere sancties of rechtsmiddelen waarin het nationale recht voorziet, onverlet te laten.

(12) Deze richtlijn reglementeert reclame voor tabaksproducten in andere media dan de televisie, namelijk in de pers en andere gedrukte publicaties, op de radio en via diensten van de informatiemaatschappij. Zij reglementeert ook de sponsoring door tabaksfirma's van radioprogramma's en van evenementen of activiteiten waarbij meer dan een lidstaat betrokken is of die in meer dan een lidstaat plaatsvinden, of die anderszins een grensoverschrijdend effect hebben, met inbegrip van het om niet of tegen verlaagde prijs verspreiden van tabaksproducten. Andere vormen van reclame, zoals indirecte reclame en sponsoring van evenementen of activiteiten zonder grensoverschrijdend effect, vallen buiten deze richtlijn. Met inachtneming van het Verdrag, behouden de lidstaten de bevoegdheid om regelend op te treden voorzover zij dat ter waarborging van de bescherming van de volksgezondheid nodig achten.

(13) Reclame voor geneesmiddelen voor menselijk gebruik valt onder Richtlijn 2001/83/EG van het Europees Parlement en de Raad van 6 november 2001 tot vaststelling van een communautair wetboek betreffende geneesmiddelen voor menselijk gebruik ([2]). Reclame voor rookontwenningsproducten valt niet binnen de werkingssfeer van deze richtlijn.

(14) De onderhavige richtlijn laat 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 ([3]), waarbij alle vormen van televisiereclame voor sigaretten en andere tabaksproducten wordt verboden, onverlet. Richtlijn 89/552/EEG bepaalt dat televisieprogramma's niet mogen worden gesponsord door ondernemingen welker voornaamste activiteit bestaat in de vervaardiging of de verkoop van sigaretten en andere tabaksproducten of de levering van diensten waarvoor reclame bij die richtlijn verboden is. Telewinkelen in tabaksproducten is ook bij Richtlijn 89/552/EEG verboden.

([1]) PB C 188 van 22.7.1995, blz. 1.
([2]) PB L 311 van 28.11.2001, blz. 67.
([3]) PB L 298 van 17.10.1989, blz. 23. Richtlijn gewijzigd bij Richtlijn 97/36/EG van het Europees Parlement en de Raad (PB L 202 van 30.7.1997, blz. 60).

▼B

(15) Het transnationale karakter van reclame wordt erkend in Richtlijn 84/450/EEG van de Raad van 10 september 1984 betreffende het nader tot elkaar brengen van de wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen der lidstaten inzake misleidende reclame ([1]). Richtlijn 2001/37/EG van het Europees Parlement en de Raad van 5 juni 2001 betreffende de onderlinge aanpassing van de wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen van de lidstaten inzake de productie, de presentatie en de verkoop van tabaksproducten ([2]) bevat bepalingen inzake het gebruik van misleidende beschrijvingen op de etiketten van tabaksproducten waarvan het grensoverschrijdend effect ook is erkend.

(16) 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 ([3]) is door het Hof van Justitie bij een arrest in zaak C-376/98, *Duitsland/Europees Parlement en Raad* ([4]) nietig verklaard. Verwijzingen naar Richtlijn 98/43/EG dienen derhalve te worden gelezen als verwijzingen naar de onderhavige richtlijn.

(17) Overeenkomstig het evenredigheidsbeginsel is het ter verwezenlijking van de fundamentele doelstelling van de goede werking van de interne markt passend en noodzakelijk bepalingen vast te stellen inzake de reclame en sponsoring voor tabaksproducten. Deze richtlijn gaat overeenkomstig artikel 5, derde alinea, van het Verdrag niet verder dan nodig is om de beoogde doelstellingen te verwezenlijken.

(18) Deze richtlijn eerbiedigt de grondrechten en neemt de beginselen in acht die met name zijn erkend in het Handvest van de grondrechten van de Europese Unie. Deze richtlijn beoogt meer bepaald te waarborgen dat het grondrecht van vrije meningsuiting wordt geëerbiedigd,

HEBBEN DE VOLGENDE RICHTLIJN VASTGESTELD:

Artikel 1

Onderwerp en werkingssfeer

1. Deze richtlijn beoogt de onderlinge aanpassing van de wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen van de lidstaten inzake de reclame voor tabaksproducten en de aanprijzing daarvan:

a) in de pers en andere gedrukte publicaties;

b) op de radio;

c) in diensten van de informatiemaatschappij en

d) door middel van sponsoring van tabak, waaronder het om niet verspreiden van tabaksproducten.

2. Deze richtlijn beoogt het vrije verkeer van de betrokken media en aanverwante diensten te waarborgen en de belemmeringen voor de werking van de interne markt op te heffen.

([1]) PB L 250 van 19.9.1984, blz. 17. Richtlijn gewijzigd bij Richtlijn 97/55/EG van het Europees Parlement en de Raad (PB L 290 van 23.10.1997, blz. 18).
([2]) PB L 194 van 18.7.2001, blz. 26.
([3]) PB L 213 van 30.7.1998, blz. 9.
([4]) Jurisprudentie 2000, blz. I-8419.

▼B

Artikel 2

Definities

Voor de toepassing van deze richtlijn wordt verstaan onder:

a) tabaksproducten: alle voor roken, snuiven, zuigen of pruimen bestemde producten die, al is het slechts ten dele, uit tabak bestaan;

b) reclame: elke vorm van commerciële mededeling die de aanprijzing van een tabaksproduct tot doel dan wel rechtstreeks of onrechtstreeks tot gevolg heeft;

c) sponsoring: iedere vorm van openbare of particuliere bijdrage aan evenementen, activiteiten, of personen, die de aanprijzing van een tabaksproduct tot doel dan wel rechtstreeks of onrechtstreeks tot gevolg heeft;

d) diensten van de informatiemaatschappij: diensten in de zin van artikel 1, lid 2, van Richtlijn 98/34/EG van het Europees Parlement en de Raad van 22 juni 1998 betreffende een informatieprocedure op het gebied van normen en technische voorschriften en regels betreffende de diensten van de informatiemaatschappij ([1]).

Artikel 3

Reclame in gedrukte media en in diensten van de informatiemaatschappij

1. Reclame in de pers en andere gedrukte publicaties is alleen toegestaan voor publicaties die uitsluitend bestemd zijn voor personen die werkzaam zijn in de tabakshandel en voor publicaties die worden gedrukt en uitgegeven in derde landen, mits deze publicaties niet hoofdzakelijk voor de communautaire markt bestemd zijn.

Andere reclame in de pers en andere gedrukte publicaties is verboden.

2. Reclame die niet is toegestaan in de pers en in andere gedrukte publicaties is niet toegestaan in diensten van de informatiemaatschappij.

Artikel 4

Radioreclame en sponsoring

1. Alle vormen van radioreclame voor tabaksproducten zijn verboden.

2. Radioprogramma's worden niet gesponsord door ondernemingen waarvan de hoofdactiviteit wordt gevormd door de vervaardiging of de verkoop van tabaksproducten.

Artikel 5

Sponsoring van evenementen

1. Sponsoring van evenementen of activiteiten waarbij meer dan een lidstaat betrokken is of die in meer dan een lidstaat plaatsvinden of die anderszins een grensoverschrijdend effect hebben, is verboden.

2. Iedere verspreiding om niet van tabaksproducten binnen de context van de in lid 1 bedoelde sponsoring van evenementen die de aanprijzing van dergelijke producten tot doel dan wel rechtstreeks of onrechtstreeks tot gevolg heeft, is verboden.

([1]) PB L 204 van 21.7.1998, blz. 37. Richtlijn gewijzigd bij Richtlijn 98/48/EG (PB L 217 van 5.8.1998, blz. 18).

▼B

Artikel 6

Verslag

Uiterlijk 20 juni 2008 brengt de Commissie aan het Europees Parlement, de Raad en het Europees Economisch en Sociaal Comité verslag uit over de uitvoering van deze richtlijn. Dit verslag gaat eventueel vergezeld van door de Commissie noodzakelijk geachte voorstellen tot wijziging van deze richtlijn.

Artikel 7

Sancties en handhaving

De lidstaten stellen het stelsel van sancties, van toepassing op schendingen van de ter uitvoering van deze richtlijn vastgestelde nationale bepalingen, vast en treffen alle nodige maatregelen om de tenuitvoerlegging van die sancties te waarborgen. De aldus vastgestelde sancties moeten doeltreffend, evenredig en afschrikkend zijn. De lidstaten stellen de Commissie uiterlijk op de in artikel 10 genoemde datum in kennis van de desbetreffende bepalingen en delen haar alle latere wijzigingen ervan zo spoedig mogelijk mede.

Dit systeem dient bepalingen te omvatten die personen of organisaties die volgens de nationale wetgeving een rechtmatig belang hebben bij het verwijderen van reclame, sponsoring of andere zaken die met deze richtlijn onverenigbaar zijn, de mogelijkheid bieden tegen dergelijke reclame of sponsoring in rechte op te treden, dan wel dergelijke reclame of sponsoring onder de aandacht van een bestuursrechtelijke instantie te brengen die bevoegd is zelf over de klacht uitspraak te doen of een passende gerechtelijke procedure in te stellen.

Artikel 8

Vrij verkeer van producten en diensten

De lidstaten mogen het vrije verkeer van producten of diensten die aan deze richtlijn voldoen, niet verbieden of beperken.

Artikel 9

Verwijzingen naar Richtlijn 98/43/EG

Verwijzingen naar de nietig verklaarde Richtlijn 98/43/EG worden gelezen als verwijzingen naar de onderhavige richtlijn.

Artikel 10

Uitvoering

1. De lidstaten doen de nodige wettelijke bestuursrechtelijke bepalingen in werking treden om uiterlijk op 31 juli 2005 aan deze richtlijn te voldoen. Zij stellen de Commissie daarvan onverwijld in kennis.

▼B

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

▼C1

_____

▼B

Artikel 11

Inwerkingtreding

▼C1

Deze richtlijn treedt in werking op de twintigste dag volgende op die van haar bekendmaking in het *Publicatieblad van de Europese Unie*.

▼B

Artikel 12

Adressaten

Deze richtlijn is gericht tot de lidstaten.