Detta dokument är endast avsett som dokumentationshjälpmedel och institutionerna ansvarar inte för innehållet

►**B** **EUROPAPARLAMENTETS OCH RÅDETS DIREKTIV 2003/33/EG**

av den 26 maj 2003

om tillnärmning av medlemsstaternas lagar och andra författningar om reklam för och sponsring till förmån för tobaksvaror

(Text av betydelse för EES)

(EGT L 152, 20.6.2003, s. 16)

Rättad genom:

►**C1** Rättelse, EGT L 067, 5.3.2004, s. 34 (2003/33)

▼B

EUROPAPARLAMENTETS OCH RÅDETS DIREKTIV 2003/33/EG

av den 26 maj 2003

om tillnärmning av medlemsstaternas lagar och andra författningar om reklam för och sponsring till förmån för tobaksvaror

(Text av betydelse för EES)

EUROPAPARLAMENTET OCH EUROPEISKA UNIONENS RÅD HAR ANTAGIT DETTA DIREKTIV

med beaktande av Fördraget om upprättandet av Europeiska gemenskapen, särskilt artikel 47.2 och artiklarna 55 och 95 i detta,

med beaktande av kommissionens förslag ([1]),

med beaktande av Europeiska ekonomiska och sociala kommitténs yttrande ([2]),

efter att ha hört Regionkommittén,

i enlighet med förfarandet i artikel 251 i fördraget ([3]), och

av följande skäl:

(1) Det föreligger skillnader mellan medlemsstaternas lagar och andra författningar om reklam för och sponsring till förmån för tobaksvaror. Denna reklam och denna sponsring sprids över medlemsstaternas gränser och utgör verksamhet som omfattas av artikel 49 i fördraget. Skillnaderna i nationell lagstiftning kan leda till ökade hinder för den fria rörligheten mellan medlemsstaterna för de varor eller tjänster som stöder sådan reklam och sponsring. När det gäller reklam i tidningar har vissa hinder redan påträffats. När det gäller sponsring kommer snedvridningen av konkurrensvillkoren sannolikt att öka, vilket redan har noterats i samband med att vissa idrotts- och kulturevenemang har anordnats.

(2) Dessa hinder bör undanröjas, och i detta syfte bör i vissa fall bestämmelserna om reklam för tobaksvaror och sponsring till förmån för tobaksvaror tillnärmas. I synnerhet behöver det anges i vilken utsträckning tobaksreklam är tillåten i vissa typer av publikationer.

(3) Enligt artikel 95.3 i fördraget skall kommissionen i sina förslag som rör upprättandet av den inre marknaden och dess funktion utgå från en hög skyddsnivå. Även Europaparlamentet och rådet strävar inom ramen för sina respektive befogenheter efter att uppnå detta mål. Den lagstiftning i medlemsstaterna som skall tillnärmas är avsedd att skydda folkhälsan genom att reglera marknadsföringen av tobak, som är en beroendeframkallande produkt som förorsakar över en halv miljon dödsfall om året inom gemenskapen, och därigenom förhindra att ungdomar till följd av marknadsföringen börjar röka vid låg ålder och blir beroende.

(4) Spridningen av publikationer såsom tidskrifter, dagstidningar och veckotidningar på den inre marknaden är utsatt för en betydande risk för hinder i den fria rörligheten till följd av de lagar och andra författningar i medlemsstaterna som förbjuder eller reglerar tobaksreklam i dessa medier. För att säkerställa fri rörlighet för

([1]) EGT C 270 E, 25.9.2001, s. 97.
([2]) EGT C 36, 8.2.2002, s. 104.
([3]) Europaparlamentets yttrande av den 20 november 2002 (ännu ej offentliggjort i EUT) och rådets beslut av den 27 mars 2003.

▼B

alla dessa medier på den inre marknaden måste tobaksreklamen på den inre marknaden begränsas till de veckotidningar och tidskrifter som inte är avsedda för allmänheten, till exempel publikationer avsedda enbart för yrkesverksamma inom tobaksindustrin och publikationer som trycks och ges ut i tredje land och som inte i första hand är avsedda för gemenskapens marknad.

(5) Medlemsstaternas lagar och andra författningar om vissa typer av sponsring till förmån för tobaksvaror med gränsöverskridande verkan leder till en betydande risk för snedvridning av konkurrensen för denna verksamhet på den inre marknaden. För att undanröja denna snedvridning är det nödvändigt att förbjuda sådan sponsring endast för verksamhet eller evenemang som har gränsöverskridande verkan, som annars kan vara ett sätt att kringgå de restriktioner som införs för direkt reklam, utan att sponsring på rent nationell nivå regleras.

(6) Informationssamhällets tjänster används i allt större utsträckning som medel för att göra reklam för tobaksvaror i takt med att allmänheten i ökad utsträckning utnyttjar och får tillgång till sådana tjänster. Dessa tjänster, liksom radiosändningar, som också kan överföras med hjälp av informationssamhällets tjänster, är särskilt attraktiva och tillgängliga för unga konsumenter. Tobaksreklam i dessa båda medier är i sig gränsöverskridande och bör därför regleras på gemenskapsnivå.

(7) Gratisutdelning av tobaksvaror omfattas av restriktioner i flera medlemsstater, eftersom denna ofta kan leda till beroende. Gratisutdelning har förekommit i samband med sponsring av evenemang som har gränsöverskridande verkan och bör därför förbjudas.

(8) Internationellt tillämpliga standarder för reklam för tobaksvaror och sponsring till förmån för tobak håller på att förhandlas fram i samband med utarbetandet av Världshälsoorganisationens (WHO) ramkonvention om kontroll av tobak. Genom dessa förhandlingar skall det införas bindande internationella regler som kompletterar reglerna i detta direktiv.

(9) Kommissionen bör upprätta en rapport om genomförandet av detta direktiv. Det bör skapas en möjlighet att inom ramen för de relevanta gemenskapsprogrammen studera hur detta direktiv inverkar på folkhälsan.

(10) Medlemsstaterna bör vidta lämpliga och effektiva åtgärder för att säkerställa kontrollen av genomförandet av de bestämmelser som antas med stöd av detta direktiv i enlighet med deras nationella lagstiftning, enligt kommissionens meddelande till Europaparlamentet och rådet om påföljdernas betydelse för genomförandet av gemenskapslagstiftningen för den inre marknaden och rådets resolution av den 29 juni 1995 om enhetlig och effektiv tillämpning av gemenskapsrätten och om sanktioner som skall tillämpas vid överträdelser av dennas bestämmelser om den inre marknaden ([1]). Dessa åtgärder bör innefatta bestämmelser enligt vilka personer eller organisationer som har ett berättigat intresse av att stoppa verksamhet som strider mot detta direktiv får möjlighet att ingripa.

(11) De påföljder som föreskrivs i detta direktiv bör inte påverka andra påföljder eller rättsliga åtgärder som anges i nationell lagstiftning.

(12) I detta direktiv regleras reklam för tobaksvaror i andra medier än televisionen, nämligen i tidningar och i andra tryckta publikationer, i radiosändningar och i informationssamhällets tjänster. I detta direktiv regleras också tobaksföretags sponsring av radioprogram och av evenemang eller verksamhet som berör eller som

([1]) EGT C 188, 22.7.1995, s. 1.

▼B

äger rum i flera medlemsstater eller på annat sätt har gränsöverskridande verkan; inklusive gratisutdelning eller rabatterad försäljning av tobaksvaror. Andra former av reklam, till exempel indirekt reklam, och sponsring av evenemang eller verksamhet utan verkningar över gränserna faller utanför detta direktivs räckvidd. Med förbehåll för fördraget behåller medlemsstaterna behörigheten att reglera dessa frågor på det sätt som de anser nödvändigt för att garantera skyddet av människors hälsa.

(13) Marknadsföring av humanläkemedel omfattas av Europaparlamentets och rådets direktiv 2001/83/EG av den 6 november 2001 om upprättande av gemenskapsregler för humanläkemedel ([1]). Reklam för produkter som är avsedda för tobaksavvänjning omfattas inte av det här direktivet.

(14) Detta direktiv bör inte påverka tillämpningen av bestämmelserna i rådets direktiv 89/552/EEG av den 3 oktober 1989 om samordning av vissa bestämmelser som fastställts i medlemsstaternas lagar och andra författningar om utförandet av sändningsverksamhet för television ([2]), enligt vilket alla former av TV-reklam för cigaretter och andra tobaksvaror är förbjudna. I direktiv 89/552/EEG föreskrivs att TV-program inte får sponsras av företag, vars huvudsakliga verksamhet är tillverkning eller försäljning av cigaretter och andra tobaksprodukter eller tillhandahållande av tjänster för vilka reklam är förbjuden enligt direktivet. Även teleshopping av tobaksprodukter är förbjuden enligt direktiv 89/552/EEG.

(15) Reklamens transnationella karaktär erkänns i rådets direktiv 84/450/EEG av den 10 september 1984 om tillnärmning av medlemsstaternas lagar och andra författningar om vilseledande reklam ([3]). Europaparlamentets och rådets direktiv 2001/37/EG av den 5 juni 2001 om tillnärmning av medlemsstaternas lagar och andra författningar om tillverkning, presentation och försäljning av tobaksvaror ([4]) innehåller bestämmelser om vilseledande produktbeskrivningar på tobaksvarors förpackningar, vilkas gränsöverskridande verkan också har erkänts.

(16) Europaparlamentets och rådets direktiv 98/43/EG av den 6 juli 1998 om tillnärmning av medlemsstaternas lagar och andra författningar om reklam för och sponsring till förmån för tobaksvaror ([5]) ogiltigförklarades av domstolen i mål C-376/98, *Förbundsrepubliken Tyskland mot Europaparlamentet och Europeiska unionens råd* ([6]). Hänvisningar till direktiv 98/43/EG bör därför tolkas som hänvisningar till det här direktivet.

(17) I överensstämmelse med proportionalitetsprincipen är det nödvändigt och lämpligt för att förverkliga det grundläggande målet med en väl fungerande inre marknad att fastställa regler om reklam för tobaksvaror och tobaksrelaterad sponsring. Detta direktiv går inte utöver vad som är nödvändigt för att uppnå det eftersträvade målet i enlighet med artikel 5 tredje stycket i fördraget.

(18) I detta direktiv respekteras de grundläggande rättigheterna och iakttas de principer som erkänns särskilt i Europeiska unionens stadga om de grundläggande rättigheterna. Detta direktiv avser särskilt att säkerställa respekten för den grundläggande rätten till yttrandefrihet.

HÄRIGENOM FÖRESKRIVS FÖLJANDE.

([1]) EGT L 311, 28.11.2001, s. 67.
([2]) EGT L 298, 17.10.1989, s. 23. Direktivet ändrat genom Europaparlamentets och rådets direktiv 97/36/EG (EGT L 202, 30.7.1997, s. 60).
([3]) EGT L 250, 19.9.1984, s. 17. Direktivet ändrat genom Europaparlamentets och rådets direktiv 97/55/EG (EGT L 290, 23.10.1997, s. 18).
([4]) EGT L 194, 18.7.2001, s. 26.
([5]) EGT L 213, 30.7.1998, s. 9.
([6]) [2000] REG I-8419.

▼B

Artikel 1

Syfte och räckvidd

1. Detta direktiv syftar till att tillnärma medlemsstaternas lagar och andra författningar om reklam för tobaksvaror och främjande av dessa varor

a) i tidningar och andra tryckta publikationer,

b) i radiosändningar,

c) i informationssamhällets tjänster, och

d) genom sponsring till förmån för tobaksvaror, inklusive gratisutdelning av tobaksvaror.

2. Avsikten är att säkerställa fri rörlighet för berörda medier och därmed förknippade tjänster samt att undanröja hinder för den inre marknadens sätt att fungera.

Artikel 2

Definitioner

I detta direktiv används följande beteckningar med de betydelser som här anges:

a) *tobaksvaror*: alla varor som är avsedda att rökas, snusas, sugas på eller tuggas, om de är tillverkade, även delvis, av tobak.

b) *reklam*: varje form av kommersiella meddelanden vars syfte eller direkta eller indirekta verkan är att främja en tobaksvara.

c) *sponsring*: varje form av offentligt eller privat bidrag till ett evenemang, en verksamhet eller en person med syftet eller den direkta eller indirekta verkan att främja en tobaksvara.

d) *informationssamhällets tjänster*: tjänster enligt definitionen i artikel 1.2 i Europaparlamentets och rådets direktiv 98/34/EG av den 22 juni 1998 om ett informationsförfarande beträffande tekniska standarder och föreskrifter ([1]).

Artikel 3

Reklam i tryckta medier och informationssamhällets tjänster

1. Reklam i tidningar och andra tryckta publikationer är bara tillåten i publikationer som endast är avsedda för personer som är yrkesverksamma inom tobaksbranschen och i publikationer som trycks och ges ut i tredje land, när dessa publikationer inte i första hand är avsedda för gemenskapsmarknaden.

Övrig reklam i tidningar och andra tryckta publikationer skall vara förbjuden.

2. Reklam som inte är tillåten i tidningar och andra tryckta publikationer skall inte vara tillåten i informationssamhällets tjänster.

Artikel 4

Radioreklam och sponsring

1. Alla former av radioreklam för tobaksvaror skall vara förbjudna.

([1]) EGT L 204, 21.7.1998, s. 37. Direktivet ändrat genom direktiv 98/48/EG (EGT L 217, 5.8.1998, s. 18).

▼B

2. Radioprogram får inte sponsras av företag vilkas huvudsakliga verksamhet är tillverkning eller försäljning av tobaksvaror.

Artikel 5

Sponsring av evenemang

1. Sponsring av evenemang och verksamhet som berör eller äger rum i flera medlemsstater eller på något annat sätt har gränsöverskridande verkan skall vara förbjuden.

2. All gratisutdelning av tobaksvaror i samband med sponsring av sådana evenemang som avses i punkt 1 vars syfte eller direkta eller indirekta verkan är att främja sådana produkter skall vara förbjuden.

Artikel 6

Rapport

Kommissionen skall senast den 20 juni 2008 lämna en rapport om genomförandet av detta direktiv till Europaparlamentet, rådet och Europeiska ekonomiska och sociala kommittén. Rapporten skall åtföljas av de förslag till ändringar av direktivet som kommissionen anser nödvändiga.

Artikel 7

Påföljder och säkerställande av efterlevnaden

Medlemsstaterna skall fastställa regler om påföljder för överträdelser av nationella bestämmelser som har antagits med tillämpning av detta direktiv och skall vidta de åtgärder som krävs för att se till att dessa påföljder tillämpas. Påföljderna måste vara effektiva, proportionella och avskräckande. Medlemsstaterna skall anmäla dessa regler till kommissionen senast den dag som anges i artikel 10, och alla senare ändringar som gäller dem så snart som möjligt.

Dessa regler skall innehålla bestämmelser som säkerställer att personer eller organisationer som i enlighet med nationell lagstiftning kan styrka att de har ett berättigat intresse av att förhindra reklam, sponsring eller andra frågor som är oförenliga med det här direktivet kan vidta rättsliga åtgärder mot sådan reklam eller sponsring eller anmäla sådan reklam eller sponsring till ett administrativt organ som har behörighet antingen att yttra sig över klagomålet eller att inleda lämpliga rättsliga förfaranden.

Artikel 8

Fri rörlighet för varor och tjänster

Medlemsstaterna får inte förbjuda eller begränsa den fria rörlighet för varor eller tjänster som följer bestämmelserna i detta direktiv.

Artikel 9

Hänvisningar till direktiv 98/43/EG

Hänvisningar till det ogiltigförklarade direktivet 98/43/EG skall tolkas som hänvisningar till det här direktivet.

▼B

Artikel 10

Genomförande

1. Medlemsstaterna skall sätta i kraft de bestämmelser i lagar och andra författningar som är nödvändiga för att följa detta direktiv senast den 31 juli 2005. De skall genast underrätta kommissionen om detta.

När medlemsstaterna antar dessa bestämmelser skall de innehålla en hänvisning till detta direktiv eller åtföljas av en sådan hänvisning när de offentliggörs. Närmare föreskrifter om hur hänvisningen skall göras skall varje medlemsstat själv utfärda.

▼C1

_____

▼B

Artikel 11

Ikraftträdande

▼C1

Detta direktiv träder i kraft den tjugonde dagen efter offentliggörandet i *Europeiska unionens officiella tidning*.

▼B

Artikel 12

Adressater

Detta direktiv riktar sig till medlemsstaterna.