

ДИРЕКТИВА 2003/33/ЕО НА ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАРЛАМЕНТ И НА СЪВЕТА

от 26 май 2003 година

за сближаване на законовите, подзаконовите и административните разпоредби на държавите-членки относно рекламирането и спонсорството на тютюневи изделия

(текст от значение за ЕИП)

ЕВРОПЕЙСКИЯТ ПАРЛАМЕНТ И СЪВЕТЪТ НА ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ,

като взеха предвид Договора за създаване на Европейската общност, и по-специално член 47, параграф 2, членове 55 и 95 от него,

като взеха предвид предложението на Комисията¹,

като взеха предвид становището на Европейския икономически и социален комитет²,

след консултации с Комитета на регионите,

в съответствие с процедурата, предвидена в член 251 от Договора³,

като имат предвид, че:

(1) Съществуват различия между законовите, подзаконовите и административните разпоредби на държавите-членки относно рекламата на тютюневи изделия и свързаното с нея спонсорство. В определени случаи рекламата и спонсорството на тези стоки преминават през границите на държавите-членки или са свързани с организирани на международно равнище прояви и представляват дейности, по отношение на които се прилага член 49 от Договора. Вероятно различията в националните законодателства ще увеличат ограниченията относно свободното движение между държавите-членки на стоки или услуги в подкрепа на тази реклама и спонсорство. Що се отнася до рекламата в пресата, вече са налице определени пречки. Във връзка със спонсорството е възможно да нараснат нарушенията на конкуренцията, като такива вече са отчетени при организацията на някои значими спортни и културни прояви.

(2) Тези пречки следва да се премахнат, като за целта в определени случаи е необходимо да се сближат разпоредбите относно рекламата на тютюневите изделия и свързаното с нея спонсорство. По-специално, трябва да се предвидят условията, при които в определена категория публикации се допуска реклама на тютюневи изделия.

¹ ОВ С 270 Е, 25.9.2001 г., стр. 97.

² ОВ С 36, 8.2.2002 г., стр. 104.

³ Становище на Европейския парламент от 20 ноември 2002 г. (все още непубликувано в *Официален вестник*) и Решение на Съвета от 27 март 2003 г.

(3) Член 95, параграф 3 от Договора изисква Комисията, въз основа на предложенията ѝ за установяване и функциониране на вътрешния пазар във връзка със здравеопазването, да осигури ефективна защита. В рамките на правомощията си в тази област, Европейският парламент и Съветът също се стремят към постигане на тази цел. Подлежащите на сближаване законодателства на държавите-членки целят защита на общественото здраве, поради което приемат съответна правна уредба на рекламата на тютюна — продукт, предизвикващ зависимост и причина за близо половин милион смъртни случаи годишно в рамките на Общността — чрез която да се предотврати тютюнопушенето от млади хора на ранна възраст и тяхното пристрастяване в резултат от рекламата.

(4) Разпространението на вътрешния пазар на периодични издания, вестници и списания е предмет на оценен риск от ограничения на свободното движение в резултат от закони, подзаконов и административни разпоредби на държавите-членки, забраняващи или регулиращи рекламата на тютюневи изделия в тези медии. С оглед осигуряване на свободното разпространение в рамките на вътрешния пазар на посочените медии, е необходимо да се ограничи рекламирането на тютюневи изделия до списания и периодични издания, които не са насочени към широката публика например в публикации, предназначени изключително за занимаващите се с търговия на тютюневи изделия или в отпечатани и издадени в трети страни публикации, които не са по принцип предназначени за пазара на Общността.

(5) Законите, подзаконовите и административните разпоредби на държавите-членки, свързани с определени видове спонсорство на тютюневи изделия с трансгранично въздействие, създават оценен риск от нарушаване на условията на конкуренция във връзка с тази дейност на вътрешния пазар. За да се премахнат тези нарушения е необходимо да се забрани единствено спонсорството на дейности и прояви с трансгранично въздействие, тъй като в противен случай ще е възможно заобикаляне на предвидените по отношение на преките форми на реклама ограничения, без да се регламентира спонсорството само на национално равнище.

(6) Използването на услугите на информационното общество е начин за реклама на тютюневи изделия, който все повече се използва с увеличаване консумацията и достъпа на обществото до такива услуги. Услугите на информационното общество и предаваните посредством тях радиопрограми са изключително привлекателни и достъпни за младите потребители. Рекламата на тютюневи изделия чрез тези две медии има, по своето естество, трансграничен характер и следва да се регламентира на равнище на Общността.

(7) В редица държави-членки безплатното разпространение на тютюневи изделия е обект на ограничения, поради високия му потенциал да създава зависимост. Във връзка със спонсорирането на прояви с трансграничен характер се наблюдават случаи на безплатно разпространение, поради което този вид спонсорство следва да бъде забранено.

(8) Обсъжда се приемането на международни стандарти за реклама на тютюневи изделия и свързаното с нея спонсорство и изготвяне чрез преговори от Световната здравна организация на Рамкова конвенция за контрол на тютюна. Преговорите целят създаване

на обвързващи международни правила, които да допълват съдържащите се в настоящата директива разпоредби.

(9) Комисията трябва да изготви доклад относно изпълнението на настоящата директива. Съответните програми на Общността следва да предвидят осъществяване на наблюдение на въздействието на директивата върху общественото здраве.

(10) Държавите-членки следва да предприемат адекватни и ефективни действия за обезпечаване контрола върху прилагането на мерките, приети в съответствие с настоящата директива и националното си законодателство, съгласно Съобщение на Комисията до Европейския парламент и до Съвета във връзка с ролята на санкциите при прилагане на законодателството на Общността на вътрешния пазар и Резолюцията на Съвета от 29 юни 1995 г. за еднакво и ефективно прилагане на правото на Общността и санкциите, предвидени за нарушения на правото на Общността в рамките на вътрешния пазар⁴. Правната уредба следва да предоставя възможност за намеса на лица или организации със законен интерес от прекратяването на дейности, които не са в съответствие с настоящата директива.

(11) Предвидените в настоящата директива наказания не засягат санкциите и средствата за защита, съдържащи се в националното законодателство.

(12) Настоящата директива има за предмет рекламата на тютюневи изделия в медии, различни от телевизията, като печата, радиопрограмите и чрез услугите на информационното общество. Същата урежда и спонсорството от дружества с предмет на дейност производство и продажба на тютюневи изделия на радиопрограми, както и на прояви и дейности, в които участват или са домакин няколко държави-членки или поради друга причина имат трансгранично въздействие, включително безплатното и на намалени цени разпространение на тютюневи изделия. Други форми на реклама, като скритата реклама, а също и спонсорството на прояви и дейности без трансгранично въздействие, не попадат в обхвата на настоящата директива. При спазване на Договора държавите-членки си запазват правото да уредят законодателно тези въпроси, при условие че считат това за необходимо с оглед защитата на общественото здраве.

(13) Рекламата на лекарствени средства за употреба от хората се урежда в Директива 2001/83/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 6 ноември 2001 г. относно кодекса на Общността за лекарствените средства за употреба от хората⁵. Рекламата на продукти, предназначени за преодоляване на зависимостта от тютюн, не попада в обхвата на настоящата директива.

(14) Настоящата директива не засяга действието на Директива 89/552/ЕИО на Съвета от 3 октомври 1989 г. за съгласуването на някои разпоредби, установени в действащите закони, подзаконови и административни актове на държавите-членки относно

⁴ ОВ С 188, 22.7.1995 г., стр. 1.

⁵ ОВ L 311, 28.11.2001 г., стр. 67.

извършването на телевизионна дейност⁶, която забранява всички форми на телевизионна реклама на цигари и други тютюневи изделия. Съгласно Директива 89/552/ЕИО спонсори на телевизионните програми не могат да бъдат лица с основен предмет на дейност производство или продажба на цигари и други тютюневи изделия или извършване на услуги, чието рекламиране е забранено от тази директива. Директива 89/552/ЕИО също не разрешава телевизионния пазар на тютюневи изделия.

(15) Трансграничният характер на рекламата е отчетен в Директива 84/450/ЕИО на Съвета от 10 септември 1984 г. за сближаване на законовите, подзаконовите и административните разпоредби на държавите-членки относно заблуждаващи реклами⁷. Директива 2001/37/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 5 юни 2001 г. за сближаване на законовите, подзаконовите и административните разпоредби на държавите-членки относно производството, представянето и продажбата на тютюневи изделия⁸ съдържа разпоредби относно използването на заблуждаващи описания върху етикетите на тютюневите изделия, чийто трансграничното въздействие се счита за признато.

(16) Директива 98/43/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 6 юли 1998 за сближаване на законовите, подзаконовите и административните разпоредби на държавите-членки, свързани с рекламата и спонсорството на тютюневи изделия⁹, е обявена за нищожна от Съда на ЕО по дело С-376/98 Федерална Република Германия срещу Европейския парламент и Съвета на Европейския съюз¹⁰. Позоваванията на Директива 98/43/ЕО следва да се тълкуват като позовавания на настоящата директива.

(17) В съответствие с принципа за пропорционалност и за постигане на основната цел, а именно правилното функциониране на вътрешния пазар, е нужно и уместно да се приемат правила относно рекламата на тютюневи изделия и свързаното с нея спонсорство. Настоящата директива не надвишава необходимото за постигане на целите, определени в член 5, трета алинея от Договора.

(18) Настоящата директива не нарушава основните права и спазва провъзгласените най-вече в Хартата на основните права на Европейския съюз принципи. По-специално настоящата директива се стреми да обезпечи зачитането на основното право на свобода на изразяване,

ПРИЕХА НАСТОЯЩАТА ДИРЕКТИВА:

Член 1

Предмет и обхват

⁶ ОВ L 298, 17.10.1989 г., стр. 23. Директива, изменена с Директива 97/36/ЕО на Европейския парламент и на Съвета (ОВ L 202, 30.7.1997 г., стр. 60.).

⁷ ОВ L 250, 19.9.1984 г., стр. 17. Директива, изменена с Директива 97/55/ЕО на Европейския парламент и на Съвета (ОВ L 290, 23.10.1997 г., стр. 18.).

⁸ ОВ L 194, 18.7.2001 г., стр. 26.

⁹ ОВ L 213, 30.7.1998 г., стр. 9.

¹⁰ [2000] ECR I-8419.

1. Целта на настоящата директива е сближаване на законовите, подзаконовите и административните разпоредби на държавите-членки, свързани с рекламата на тютюневи изделия и тяхното популяризиране:

а) в пресата и други печатни издания;

б) в радиопредавания;

в) чрез услугите на информационното общество;

г) чрез спонсорство, свързано с тютюневи изделия, включително тяхното безплатно разпространение.

2. Настоящата директива се стреми да обезпечи свободното движение на съответните медии и свързаните с него услуги и да премахне пречките за функционирането на вътрешния пазар.

Член 2

Определения

За целите на настоящата директива се използват следните определения:

а) „тютюневи изделия” означава продукти, изцяло или частично направени от тютюн на листа, които са произведени, за да се използват за пушене, смучене, дъвчене или смъркане;

б) „реклама” означава всякаква форма на извършване на търговски съобщения, препоръки или действия, които целят, имат за действително или потенциално последствие популяризирането на тютюнево изделие или употребата на тютюн по пряк или косвен начин;

в) „спонсорство” означава допринасянето в полза на всякакво събитие, дейност или индивид с цел действително или потенциално последствие да се популяризира употребата на тютюн по пряк или косвен начин;

г) „услуги на информационното общество” са услугите по смисъла на член 1, параграф 2 от Директива 98/34/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 22 юни 1998 г., която предвижда процедура за предоставянето на информация в областта на техническите стандарти и правила, както и на правилата относно услугите на информационното общество¹¹.

Член 3

¹¹ ОВ L 204, 21.7.1998 г., стр. 37. Директива, изменена с Директива 98/48/ЕО (ОВ L 217, 5.8.1998 г., стр. 18.).

Реклама чрез печата и услугите на информационното общество

1. Рекламата в пресата и другите печатни издания следва да се ограничи до публикации, насочени изключително към лица, занимаващи се по занятие с търговия на тютюн, както и до отпечатвани или издавани в трети страни публикации, които по принцип не са предназначени за пазара на Общността.

В останалите случаи рекламата в пресата и другите печатни издания се забранява.

2. Реклама, която не е разрешена в пресата и другите печатни издания, не може да се предава и чрез услугите на информационното общество.

Член 4

Реклама по радиото и спонсорство

1. Забранят се всички форми на реклама по радиото на тютюневи изделия.

2. Спонсори на радиопрограмите не могат да бъдат лица с основен предмет на дейност производство или продажба на тютюневи изделия.

Член 5

Спонсорство на прояви

1. Необходимо е да се забрани спонсорството на прояви или дейности, в които участват или са домакини няколко държави-членки или които по друга причина имат трансгранично въздействие.

2. Следва да се забрани всяко безплатно разпространение на тютюневи изделия в рамките на спонсорство на посочените в параграф 1 прояви, целящо пряко или непряко рекламиране на тези изделия.

Член 6

Доклад

Най-късно до 20 юни 2008 г. Комисията трябва да представи на Европейския парламент, на Съвета и на Европейския икономически и социален комитет доклад за изпълнението на настоящата директива. Към него следва да се приложат всички, необходими според Комисията, предложения за нейното изменение.

Член 7

Санкции и тяхното изпълнение

Държавите-членки създават правила за наказания, приложими към нарушенията на вътрешните разпоредби, приети в изпълнение на настоящата директива, и взимат всички необходими мерки за тяхното прилагане. Предвидените санкции трябва да бъдат

ефективни, пропорционални и разубеждаващи. Държавите-членки нотифицират Комисията относно тези разпоредби в посочения в член 10 срок и без отлагане я нотифицират за всички последващи изменения, свързани с тези разпоредби.

Тези правила включват разпоредби, осигуряващи лицата или организациите, които съгласно националното си законодателство, имат законен интерес от прекратяването на реклама, спонсорство или друга несъвместима с настоящата директива дейност, да могат да оспорят по съдебен ред такова рекламиране или спонсорство, или да отнесат въпроса до административния орган, компетентен да се произнесе по жалбата или да образува съответното производство.

Член 8

Свободно движение на стоки и услуги

Държавите-членки не могат да забраняват или ограничават свободното движение на стоки и услуги, които са съвместими с настоящата директива.

Член 9

Позоваване на Директива 98/43/ЕО

Позоваванията на обявената за нищожна Директива 98/43/ЕО се считат за позовавания на настоящата директива.

Член 10

Прилагане

1. До 31 юли 2005 г. държавите-членки въвеждат в сила законовите, подзаконовите нормативни актове и административните разпоредби, необходими за да се съобразят с настоящата директива. Те незабавно информират Комисията за това.

Когато държавите-членки приемат тези мерки, в тях се съдържа позоваване на настоящата директива или то се придружава от такова при официалното ѝ публикуване. Условието и редът на позоваване се определят от държавите-членки.

Член 11

Влизане в сила

Настоящата директива влиза в сила на двадесетия ден след публикуването ѝ в *Официален вестник на Европейския съюз*.

Член 12

Адресати

Адресати на настоящата директива са държавите-членки.

Съставено в Брюксел на 26 май 2003 година.

За Европейския парламент
Председател:
P. COX

За Съвета
Председател:
G. DRYG