

EUROPAPARLAMENTS- OG RÅDS DIREKTIV 2003/33/EF

2009/EØS/69/38

av 26. mai 2003

om tilnærming av lovene og forskriftene i medlemsstatene om reklame for og sponning av tobakksvarer(*)

EUROPAPARLAMENTET OG RÅDET FOR DEN EUROPEISKE UNIONEN HAR —

med tilvising til traktaten om skipinga av Det europeiske fellesskapet, særleg artikkel 47 nr. 2, artikkel 55 og artikkel 95,

med tilvising til framlegget frå Kommissjonen⁽¹⁾,

som viser til fråsegna frå Det europeiske økonomi- og sosialutvalet⁽²⁾,

etter samråd med Regionutvalet,

etter den framgangsmåten som er fastsett i artikkel 251 i traktaten⁽³⁾, og

ut frå desse synsmåtene:

- 1) Det finst ulikskapar mellom lovene og forskriftene i medlemsstatane når det gjeld reklame for og tilhøyrande sponning av tobakksvarer. Slik reklame og sponning kan i visse tilfelle finne stad på tvers av grensene mellom medlemsstatane eller omfatte internasjonale arrangement, og utgjer verksemd som er omfatta av artikkel 49 i traktaten. Ulikskapane i nasjonal lovgjeving vil i aukande grad kunne hindre den frie rørsla mellom medlemsstatane for dei varene eller tenestene som vert nytta som støtte for slik reklame og sponning. Når det gjeld reklame i pressa har det alt vore døme på slike hindringar. Når det gjeld sponning, kan det i aukande grad føre til ei vriding av konkurransevilkåra, noko som alt er slått fast når det gjeld tilskipinga av større idretts- og kulturarrangement.
- 2) Desse hindringane bør fjernast, og for dette føremålet bør reglane om reklame for og tilhøyrande sponning av tobakksvarer i visse tilfelle tilnærmast. Det er særleg naudsynt å fastleggje i kva omfang tobakksreklame skal tillatast i visse typar publikasjonar.
- 3) I medhald av artikkel 95 nr. 3 i traktaten skal Kommissjonen i dei framlegga sine som gjeld skipinga av og verkemåten til den indre marknaden med omsyn til helse, byggje på eit høgt verneniivå. Innanfor rammene av den høvesvise avgjerdsmakta si skal òg Europaparlamentet og Rådet ta sikte på å nå dette målet. Den lovgjevinga i medlemsstatane som skal tilnærmast, er meint å skulle

verne folkehelsa ved å regulere salsfremjande tiltak for tobakk, som er eit vanedannande produkt som fører til over ein halv million dødsfall i Fellesskapet kvart år, og såleis unngå ein situasjon der unge menneske byrjar å røykje i tidleg alder som følgje av salsfremjande tiltak, og vert avhengige.

- 4) Omsetnaden på den indre marknaden av publikasjonar som t.d. tidsskrift, aviser og magasin, er utsett for ein merkbar risiko for hindring av den frie rørsla som følgje av at lover og forskrifter i medlemsstatane forbyr eller regulerer tobakksreklame i desse media. For å sikre fri omsetnad for alle slike medium i heile den indre marknaden må tobakksreklamen i slike medium avgrensast til dei magasinane og tidsskrifta som ikkje er meinte for ålmenta, t.d. publikasjonar som berre er meinte for fagfolk i tobakksindustrien og publikasjonar som vert prenta og utgjevne i tredjestatar, når desse publikasjonane ikkje først og fremst er meinte for fellesskapsmarknaden.
- 5) Dei lovene og forskriftene i medlemsstatane som gjeld visse typar sponning til gagn for tobakksvarer med verknader på tvers av landegrensene, fører til ein merkbar risiko for vriding av konkurransevilkåra for slik verksemd innanfor den indre marknaden. For å fjerne ei slik vriding er det naudsynt å forby slik sponning berre for desse typane verksemd eller arrangement med verknader på tvers av landegrensene som elles kan vere ein måte å omgå dei restriksjonane som er lagde på direkte reklame, utan at sponning på eit reint nasjonalt plan vert regulert.
- 6) Informasjonssamfunnstenester vert i stadig større grad nytta som ein måte å reklamere for tobakksvarer på, etter kvart som forbruket av og tilgangen til slike tenester aukar blant ålmenta. Slike tenester, saman med radiosendingar, som òg kan overførast ved hjelp av informasjonssamfunnstenester, er særst attraktive og tilgjengelege for unge forbrukarar. Tobakksreklame gjennom begge desse media er tverrnasjonal i seg sjølv, og bør regulerast på fellesskapsplan.
- 7) Gratisutdeling av tobakksvarer er underlagd restriksjonar i fleire medlemsstatar ettersom slik utdeling inneber stor fare for vanebruk. Tilfelle av gratisutdeling har funne stad i samband med sponning av arrangement som har verknader på tvers av landegrensene, og slik utdeling bør difor vere forboden.

(*) Denne fellesskapsrettsakten, kunngjort i EUT L 152 av 20.6.2003, s. 16, er omhandlet i EØS-komiteens beslutning nr. 150/2006 av 8. desember 2006 om endring av EØS-avtalens vedlegg II (Tekniske forskrifter, standarder, prøving og sertifisering), se EØS-tillegget til Den europeiske unions tidende nr. 15 av 29.3.2007, s. 17.

⁽¹⁾ TEF C 270 E av 25.9.2001, s. 97.

⁽²⁾ TEF L 36 av 8.2.2002, s. 104.

⁽³⁾ Europaparlamentsfråsegn av 20. november 2002 (enno ikkje offentliggjord i TEU), og rådsavgjerd av 27. mars 2003.

- 8) Internasjonale standardar for reklame for tobakksvarer og tilhøyrande sponing høyrer inn under tingingane om utarbeiding av rammekonvensjonen til Verdshealseorganisasjonen om motkjemping av tobakk. Føremålet med desse tingingane er å skape bindande internasjonale reglar som utfyller reglane i dette direktivet.
- 9) Kommisjonen bør utarbeide ein rapport om gjennomføringa av dette direktivet. Dei relevante fellesskapsprogramma bør innehalde føresegner om overvaking av dei verknadene som dette direktivet har på folkehelsa.
- 10) Medlemsstatane bør gjere føremålstenlege og verksame tiltak for å sikre kontroll med gjennomføringa av dei tiltaka som vert vedteke i medhald av dette direktivet og i samsvar med den nasjonale lovgjevinga si, slik det er fastsett i meldinga frå Kommisjonen til Europaparlamentet og Rådet om kva rolle sanksjonar har i gjennomføringa av fellesskapsregelverket for den indre marknaden, og i rådsresolusjon av 29. juni 1995 om ein verknadsfull og einsarta bruk av fellesskapsretten og om sanksjonar som skal nyttast på brot på fellesskapsføresegner om den indre marknaden⁽¹⁾. Slike middel bør omfatte føresegner som gjer det mogleg å gripe inn for personar eller organisasjonar som har ei rettkomen interesse av å stoppe verksemd som ikkje er i samsvar med dette direktivet.
- 11) Dei sanksjonane som er fastsette i medhald av dette direktivet, bør ikkje røre ved eventuelle andre sanksjonar eller rettslege tiltak som er fastsette i medhald av nasjonal lovgjeving.
- 12) Ved dette direktivet vert det innført reglar for reklame for tobakksvarer i andre medium enn fjernsyn, dvs. i pressa og andre prenta publikasjonar, radiosendingar og informasjonssamfunnsstenester. Direktivet innfører òg reglar for sponing frå tobakkselskapa si side av radiosendingar og av arrangement og verksemd som omfattar eller finn stad i fleire medlemsstatar, eller som har andre verknader på tvers av landegrensene, medrekna utdeling av tobakksvarer gratis eller til redusert pris. Andre former for reklame, t.d. indirekte reklame og sponing av arrangement eller verksemd som ikkje har verknader på tvers av landegrensene, fell utanfor verkeområdet for dette direktivet. I medhald av traktaten høyrer det inn under ansvarsområdet til medlemsstatane å innføre reglar som gjeld desse spørsmåla slik dei finn det naudsynt for å sikre vernet av menneskehelsa.
- 13) Reklame for lækjemiddel for menneske er omfatta av europaparlaments- og rådsdirektiv 2001/83/EF av 6. november 2001 om innføring av et fellesskapsregelverk for legemidler for mennesker⁽²⁾. Reklame for produkt som er meinte for tobakksavvenjing, er ikkje omfatta av dette direktivet.
- 14) Dette direktivet rører ikkje ved rådsdirektiv 89/552/EØF av 3. oktober 1989 om samordning av visse bestemmelser om utøvelse av fjernsynsvirksomhet, fastsatt ved lov eller forskrift i medlemsstatene⁽³⁾, som forbyr alle former for fjernsynsreklame for sigarettar og andre tobakksvarer. I direktiv 89/552/EØF er det fastsett at fjernsynsprogram ikkje kan sponsast av føretak som har som hovudverksemd framstilling eller sal av sigarettar og andre tobakksvarer eller tenesteyting som det er forbode å drive reklame for i medhald av det nemnde direktivet. Telekjøp av tobakksvarer er òg forbode i medhald av direktiv 89/552/EØF.
- 15) Den tverrnasjonale karakteren til reklame er sannkjend i rådsdirektiv 84/450/EØF av 10. september 1984 om tilnærming av medlemsstatenes lover og forskrifter om villedende og sammenlignende reklame⁽⁴⁾. Europaparlaments- og rådsdirektiv 2001/37/EF av 5. juni 2001 om tilnærming av medlemsstatenes lover og forskrifter om framstilling, presentasjon og salg av tobakksvarer⁽⁵⁾ inneheld føresegner om bruk av villeiande omtale på merkinga av tobakksvarer, og det er dessutan sannkjent at slik omtale kan ha ein verknad på tvers av landegrensene.
- 16) Europaparlaments- og rådsdirektiv 98/43/EF av 6. juli 1998 om tilnærming av medlemsstatenes lover og forskrifter om reklame og sponing til fordel for tobakksvarer⁽⁶⁾ vart oppheva av Domstolen i sak C-376/98 *Sambandsrepublikken Tyskland mot Europaparlamentet og Rådet for Den europeiske unionen*⁽⁷⁾. Tilvisingar til direktiv 98/43/EF bør difor forståast som tilvisingar til dette direktivet.

⁽²⁾ TEF L 311 av 28.11.2001, s. 67.

⁽³⁾ TEF L 298 av 17.10.1989, s. 23. Direktivet endra ved europaparlaments- og rådsdirektiv 97/36/EF (TEF L 202 av 30.7.1997, s. 60).

⁽⁴⁾ TEF L 250 av 19.9.1984, s. 17. Direktivet endra ved europaparlaments- og rådsdirektiv 97/55/EF (TEF L 290 av 23.10.1997, s. 18).

⁽⁵⁾ TEF L 194 av 18.7.2001, s. 26.

⁽⁶⁾ TEF L 213 av 30.7.1998, s. 9.

⁽⁷⁾ Samling 2000, I-8419.

⁽¹⁾ TEF C 188 av 22.7.1995, s. 1.

- 17) I samsvar med prinsippet om rimeleg samhøve er det naudsynt og føremålstenleg for verkeleggjeringa av hovudføremålet med og verkemåten til den indre marknaden at det vert fastsett reglar for reklame for tobakksvarer og tilhøyrande sponing. Dette direktivet går ikkje lenger enn det som er naudsynt for å nå dei måla som er fastsette i samsvar med artikkel 5 nr. 3 i traktaten.
- 18) Dette direktivet respekterer dei grunnleggjande rettane og etterlever særleg dei prinsippa som er sannkjende i Pakta til Den europeiske unionen om grunnleggjande rettar. Dette direktivet tek særleg sikte på å sikre respekten for den grunnleggjande retten til yringsfridom —

VEDTEKE DETTE DIREKTIVET:

Artikkel 1

Føremål og verkeområde

1. Føremålet med dette direktivet er å tilnærme lovene og forskriftene i medlemsstatane om reklame og salsfremjande tiltak for tobakksvarer
 - a) i pressa og andre prenta publikasjonar,
 - b) i radiosendingar,
 - c) i informasjonssamfunnstjenester og
 - d) gjennom sponing i samband med tobakk, medrekna gratisutdeling av tobakksvarer.
2. Dette direktivet skal sikre fri rørsle for dei media som det gjeld og for tilhøyrande tenester, og fjerne hindringar for verkemåten til den indre marknaden.

Artikkel 2

Definisjonar

I dette direktivet tyder:

- a) «tobakksvarer» alle varer som er meinte for å røykjast, snusast, sugast eller tyggjast, og som heilt eller delvis er framstilte av tobakk,
- b) «reklame» alle former for kommersiell kommunikasjon som direkte eller indirekte tek sikte på å fremje salet av ei tobakksvare,
- c) «sponing» alle former for offentleg eller privat tilskot til eit arrangement, ei verksemd eller ein einskildperson med det føremålet eller den direkte eller indirekte verknaden å skulle fremje salet av ei tobakksvare,
- d) «informasjonssamfunnstjenester» tenester slik det er definert i artikkel 1 nr. 2 i europaparlaments- og rådsdirektiv 98/34/

EF av 22. juni 1998 om en informasjonsprosedyre for standarder og tekniske forskrifter samt regler for informasjonssamfunnstjenester⁽¹⁾.

Artikkel 3

Reklame i prenta medium og informasjonssamfunnstjenester

1. Reklame i presse og andre prenta publikasjonar skal vere avgrensa til publikasjonar som utelukkande er meinte for fagfolk i tobakksindustrien og publikasjonar som vert prenta og utgjevne i tredjestatar, så framt desse publikasjonane ikkje først og fremst er meinte for fellesskapsmarknaden.

Annan reklame i pressa og i andre prenta publikasjonar skal vere forboden.

2. Reklame som ikkje er tillaten i pressa og i andre prenta publikasjonar, skal ikkje vere tillaten i informasjonssamfunnstjenester.

Artikkel 4

Radioreklame og sponing

1. Alle former for radioreklame for tobakksvarer skal vere forbodne.
2. Radiosendingar skal ikkje sponsast av føretak som har framstilling eller sal av tobakksvarer som hovudverksemd.

Artikkel 5

Sponing av arrangement

1. Sponing av arrangement eller verksemd som omfattar eller finn stad i fleire medlemsstatar eller som på annan måte har verknader på tvers av landegrensene, skal vere forboden.
2. All gratisutdeling av tobakksvarer i samband med sponing av arrangement som er nemnde i nr. 1, og som har det føremålet eller den direkte eller indirekte verknaden å skulle fremje salet av ei tobakksvare, skal vere forboden.

Artikkel 6

Rapport

Kommisjonen skal seinast 20. juni 2008 leggje fram for Europaparlamentet, Rådet og Det europeiske økonomi- og sosialutvalet ein rapport om gjennomføringa av dette direktivet. Denne rapporten skal følgjast av eventuelle framlegg til endringar av dette direktivet som Kommisjonen finn naudsynte.

(1) TEF L 204 av 21.7.1998, s. 37. Direktivet endra ved direktiv 98/48/EF (TEF L 217 av 5.8.1998, s. 18).

*Artikkel 7***Sanksjonar og handheving**

Medlemsstatane skal fastsetje reglar om kva sanksjonar som skal nyttast på brot på dei nasjonale føresegnene som vert vedtekne i medhald av dette direktivet, og skal gjere alle dei tiltaka som er naudsynte for å sikre at desse sanksjonane vert nytta. Dei fastsette sanksjonane må vere verknadsfulle, svare til brotet og hindre nye brot. Medlemsstatane skal melde frå til Kommissjonen om desse reglane seinast innan den dato som er førd opp i artikkel 10, og straks melde frå om alle seinare endringar som gjeld desse reglane.

Desse reglane skal omfatte føresegner som sikrar at personar eller organisasjonar som i medhald av nasjonal lovgjeving har ei rettkomen interesse av å hindre reklame, sponning eller anna verksemd som er i strid med dette direktivet, kan ta rettslege steg mot slik reklame eller sponning, eller leggje slik reklame eller sponning fram for eit administrasjonsorgan som har fullmakt til anten å avgjere klagesaker eller setje i verk eigna retts søking.

*Artikkel 8***Fri rørsle for varer og tenester**

Medlemsstatane skal ikkje forby eller avgrense den frie rørsle for varer eller tenester som stettar føresegnene i dette direktivet.

*Artikkel 9***Tilvisingar til direktiv 98/43/EF**

Tilvisingar til det oppheva direktivet 98/43/EF skal forståast som tilvisingar til dette direktivet.

*Artikkel 10***Gjennomføring**

1. Medlemsstatane skal innan 31. juli 2005 setje i kraft dei lovene og forskriftene som er naudsynte for å rette seg etter dette direktivet. Dei skal straks melde frå til Kommissjonen om dette.

Når desse føresegnene vert vedtekne av medlemsstatane, skal dei ha ei tilvising til dette direktivet, eller det skal visast til direktivet når dei vert kunngjorde. Medlemsstatane fastset korleis tilvisinga skal gjerast.

*Artikkel 11***Iverksetjing**

Dette direktivet tek til å gjelde den 20. dagen etter at det er kunngjort i *Tidend for Den europeiske unionen*.

*Artikkel 12***Adressatar**

Dette direktivet er retta til medlemsstatane.

Utferda i Brussel, 26. mai 2003.

For Europaparlamentet

P. COX

President

For Rådet

G. DRYS

Formann