

32003L0033

20.6.2003

ÚŘEDNÍ VĚSTNÍK EVROPSKÉ UNIE

L 152/16

SMĚRNICE EVROPSKÉHO PARLAMENTU A RADY 2003/33/ES

ze dne 26. května 2003

o sblížení právních a správních předpisů členských států týkajících se reklamy na tabákové výrobky a sponzorství souvisejícího s tabákovými výrobky

(Text s významem pro EHP)

EVROPSKÝ PARLAMENT A RADA EVROPSKÉ UNIE,

s ohledem na Smlouvu o založení Evropského společenství, a zejména na čl. 47 odst. 2 a články 55 a 95 této smlouvy,

s ohledem na návrh Komise ⁽¹⁾,s ohledem na stanovisko Evropského hospodářského a sociálního výboru ⁽²⁾,

po konzultaci s Výborem regionů,

v souladu s postupem stanoveným v článku 251 Smlouvy ⁽³⁾,

vzhledem k těmto důvodům:

- (1) Existují rozdíly mezi právními a správními předpisy členských států o reklamě na tabákové výrobky a souvisejícím sponzorství. Tato reklama a sponzorství přesahuje v některých případech hranice členských států nebo zahrnuje akce organizované na mezinárodní úrovni a představuje činnosti, na které se vztahuje článek 49 Smlouvy. Rozdíly ve vnitrostátních právních předpisech mohou vést ke zvětšování překážek ve volném pohybu výrobků či služeb, které slouží jako prostředek pro tuto reklamu a sponzorství, mezi členskými státy. V případě tiskové reklamy se již určité překážky objevily. V případě sponzorství se může prohlubovat narušování podmínek hospodářské soutěže a bylo již zaznamenáno v souvislosti s organizací některých významných sportovních a kulturních akcí.
- (2) Tyto překážky by měly být odstraněny a za tímto účelem by mělo v určitých případech dojít ke sblížení pravidel týkajících se reklamy na tabákové výrobky a sponzorství souvisejícího s tabákovými výrobky. Zejména je zapotřebí specifikovat rozsah, v jakém je tabáková reklama v určitých kategoriích publikací povolena.
- (3) Podle čl. 95 odst. 3 Smlouvy je Komise povinna ve svých návrzích k vytvoření a fungování vnitřního trhu týkajících se zdraví vycházet z vysoké úrovně ochrany. V rámci svých

pravomocí usilují o tento cíl též Evropský parlament a Rada. Právní předpisy členských států, které mají být sblížovány, mají chránit veřejné zdraví regulací propagace tabáku, návykového produktu odpovědného ročně za více než půl milionu úmrtí ve Společenství, a tím se má předcházet situaci, kdy mladí lidé začínají v důsledku propagace kouřit již v raném věku a stávají se závislími.

- (4) V důsledku právních a správních předpisů členských států, které zakazují nebo regulují tabákovou reklamu v publikacích, jako jsou noviny, časopisy a jiný periodický tisk, existuje patrné riziko vzniku překážek pro volný pohyb tohoto zboží na vnitřním trhu. Za účelem zajištění volného oběhu takových médií na celém vnitřním trhu je nezbytné omezit tabákovou reklamu v nich na ty časopisy a periodický tisk, které nejsou určeny pro širokou veřejnost, například na publikace určené výlučně pro profesionály v oblasti obchodu s tabákem a na publikace tištěné a vydávané ve třetích zemích, které nejsou určeny v první řadě pro trh Společenství.
- (5) Právní a správní předpisy členských států týkající se určitých typů sponzorství souvisejících s tabákovými výrobky s přeshraničním účinkem vedou k patrnému riziku narušení podmínek hospodářské soutěže pro tuto činnost v rámci vnitřního trhu. Pro odstranění tohoto narušení je nezbytné zakázat takové sponzorství pouze pro činnosti či akce s přeshraničním účinkem, neboť jinak by mohla být obcházena omezení přímých forem reklamy, aniž se reguluje sponzorství na výhradně vnitrostátní úrovni.
- (6) Využívání služeb informační společnosti je prostředkem reklamy na tabákové výrobky, který roste společně s růstem veřejné spotřeby a přístupu k takovým službám. Takové služby, stejně jako rozhlasové vysílání, které mohou být rovněž přenášeny prostřednictvím služeb informační společnosti, jsou obzvláště přitažlivé a přístupné mladým spotřebitelům. Tabáková reklama v obou těchto médiích má jako taková přeshraniční charakter a měla by být regulována na úrovni Společenství.
- (7) V několika členských státech podléhá bezplatné rozdělování tabákových výrobků omezením, jelikož zde existuje velká pravděpodobnost vzniku závislosti. Případy bezplatného rozdělování se vyskytly v souvislosti se sponzorováním akcí s přeshraničním účinkem, a měly by být tudíž zakázány.

⁽¹⁾ Úř. věst. C 270 E, 25.9.2001, s. 97.

⁽²⁾ Úř. věst. C 36, 8.2.2002, s. 104.

⁽³⁾ Stanovisko Evropského parlamentu ze dne 20. listopadu 2002 (dosud nezveřejněné v Úředním věstníku) a rozhodnutí Rady ze dne 27. března 2003.

- (8) Mezinárodně použitelné normy pro reklamu na tabákové výrobky a související sponzorství jsou předmětem jednání o návrhu rámcové úmluvy Světové zdravotnické organizace o kontrole spotřeby tabáku. Cílem těchto jednání je vytvoření závazných mezinárodních pravidel, která doplní pravidla obsažená v této směrnici.
- (9) Komise by měla vypracovat zprávu o provádění této směrnice. V příslušných programech Společenství by mělo být stanoveno sledování účinků této směrnice na veřejné zdraví.
- (10) Členské státy by měly podniknout přiměřené a účinné kroky vedoucí k zajištění kontroly provádění opatření přijatých podle této směrnice v souladu s jejich vnitrostátními právními předpisy, jak je stanoveno ve sdělení Komise Evropskému parlamentu a Radě o úloze sankcí při provádění právních předpisů Společenství týkajících se vnitřního trhu a v usnesení Rady ze dne 29. června 1995 o jednotném a účinném uplatňování práva Společenství a o sankcích uplatňovaných při porušení práva Společenství v oblasti vnitřního trhu⁽¹⁾. Takové prostředky by měly zahrnovat ustanovení o zásahu osob či organizací s oprávněným zájmem na potlačování činností, které nejsou v souladu s touto směrnicí.
- (11) Sankce stanovené v této směrnicí by měly ponechat nedotčenými jakékoli jiné sankce či opravné prostředky podle vnitrostátních právních předpisů.
- (12) Tato směrnice reguluje reklamu na tabákové výrobky v médiích jiných než televize, tj. v tisku a jiných tištěných publikacích, v rozhlasovém vysílání a ve službách informační společnosti. Rovněž reguluje sponzorství tabákovými společnostmi v případě rozhlasových programů a akcí nebo činností, které zahrnují několik členských států, konají se v několika členských státech nebo mají přeshraniční účinek jiným způsobem, včetně bezplatného rozdělování tabákových výrobků či rozdělování za sníženou cenu. Jiné formy reklamy, jako je nepřímá reklama, jakož i sponzorování akcí nebo činností bez přeshraničního účinku, nespádají do působnosti této směrnice. S výhradou Smlouvy si členské státy ponechávají oprávnění regulovat tyto záležitosti tak, jak pokládají za nezbytné pro zaručení ochrany lidského zdraví.
- (13) Reklama na humánní léčivé přípravky se řídí směrnicí Evropského parlamentu a Rady 2001/83/ES ze dne 6. listopadu 2001 o kodexu Společenství týkajícím se humánních léčivých přípravků⁽²⁾. Reklama na výrobky určené pro překonávání závislosti na tabáku nespádá do působnosti této směrnice.
- (14) Touto směrnicí by neměla být dotčena směrnice Rady 89/552/EHS ze dne 3. října 1989 o koordinaci některých právních a správních předpisů členských států upravujících provozování televizního vysílání⁽³⁾, která zakazuje všechny formy televizní reklamy na cigarety a jiné tabákové výrobky. Ve směrnici 89/552/EHS je stanoveno, že televizní pořady nesmějí být sponzorovány podniky, jejichž hlavním předmětem činnosti je výroba nebo prodej cigaret a jiných tabákových výrobků nebo poskytování služeb, jejichž reklama je uvedenou směrnicí zakázána. Směrnice 89/552/EHS rovněž zakazuje prodej tabákových výrobků prostřednictvím televize (teleshopping).
- (15) Nadnárodní charakter reklamy uznává směrnice Rady 84/450/EHS ze dne 10. září 1984 o sblížení právních a správních předpisů členských států týkajících se klamavé reklamy⁽⁴⁾. Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2001/37/ES ze dne 5. června 2001 o sblížení právních a správních předpisů členských států, týkajících se výroby, obchodní úpravy a prodeje tabákových výrobků⁽⁵⁾ obsahuje ustanovení o používání klamavých údajů na označování tabákových výrobků, jejichž přeshraniční účinek byl rovněž uznán.
- (16) Směrnicí Evropského parlamentu a Rady 98/43/ES ze dne 6. července 1998 o sblížení právních a správních předpisů členských států ve vztahu k reklamě na tabákové výrobky a sponzorství tabákových výrobků⁽⁶⁾ zrušil Soudní dvůr ve věci C-376/98 *Spolková republika Německo v. Evropský parlament a Rada Evropské unie*⁽⁷⁾. Odkazy na směrnici 98/43/ES by se proto měly vykládat jako odkazy na tuto směrnici.

(2) Úř. věst. L 311, 28.11.2001, s. 67.

(3) Úř. věst. L 298, 17.10.1989, s. 23. Směrnice ve znění směrnice Evropského parlamentu a Rady 97/36/ES (Úř. věst. L 202, 30.7.1997, s. 60).

(4) Úř. věst. L 250, 19.9.1984, s. 17. Směrnice ve znění směrnice Evropského parlamentu a Rady 97/55/ES (Úř. věst. L 290, 23.10.1997, s. 18).

(5) Úř. věst. L 194, 18.7.2001, s. 26.

(6) Úř. věst. L 213, 30.7.1998, s. 9.

(7) Sb. rozh. [2000], I-8419.

(1) Úř. věst. C 188, 22.7.1995, s. 1.

(17) V souladu se zásadou proporcionality je pro dosažení základního cíle řádného fungování vnitřního trhu nezbytné a vhodné stanovit pravidla pro reklamu na tabákové výrobky a související sponzorství. Tato směrnice nepřekročí rámec toho, co je nezbytné pro dosažení cílů v souladu s čl. 5 odst. 3 Smlouvy.

(18) Tato směrnice respektuje základní práva a dodržuje zásady uznávané zejména Listinou základních práv Evropské unie. Tato směrnice se zejména snaží zajistit respektování základního práva svobody projevu,

PŘIJALY TUTO SMĚRNICI:

Článek 1

Předmět a oblast působnosti

1. Cílem této směrnice je sblížení právních a správních předpisů členských států týkajících se reklamy na tabákové výrobky a jejich propagace:

- a) v tisku a jiných tištěných publikacích,
- b) v rozhlasovém vysílání,
- c) ve službách informační společnosti a
- d) sponzorstvím souvisejícím s tabákovými výrobky, včetně bezplatného rozdělování tabákových výrobků.

2. Tato směrnice má zajistit volný pohyb dotčených médií a souvisejících služeb a odstranit překážky pro fungování vnitřního trhu.

Článek 2

Definice

Pro účely této směrnice se rozumí:

- a) „tabákovými výrobky“ veškeré výrobky určené ke kouření, šňupání, nasávání nebo žvýkání, pokud jsou i jen částečně vyrobeny z tabáku;
- b) „reklamou“ jakákoli forma obchodního sdělení s cílem nebo přímým či nepřímým účinkem propagace tabákového výrobku;
- c) „sponzorstvím“ jakýkoli veřejný nebo soukromý příspěvek na jakoukoli akci nebo činnost nebo každý druh podpory jednotlivce s cílem nebo přímým či nepřímým účinkem propagace tabákového výrobku;
- d) „službami informační společnosti“ služby ve smyslu čl. 1 odst. 2 směrnice Evropského parlamentu a Rady 98/34/ES ze dne 22. června 1998 o postupu při poskytování informací

v oblasti norem a technických předpisů a pravidel pro služby informační společnosti ⁽¹⁾.

Článek 3

Reklama v tištěných médiích a službách informační společnosti

1. Reklama v tisku a jiných tištěných publikacích se omezuje na publikace určené výlučně pro profesionály v oblasti obchodu s tabákem a na publikace, které jsou tištěné a vydávané ve třetích zemích, pokud tyto publikace nejsou určeny v první řadě pro trh Společenství.

Jiná reklama v tisku a jiných tištěných publikacích je zakázána.

2. Reklama, která není povolena v tisku a jiných tištěných publikacích, není povolena ani ve službách informační společnosti.

Článek 4

Rozhlasová reklama a sponzorství

1. Všechny formy rozhlasové reklamy na tabákové výrobky jsou zakázány.

2. Rozhlasové programy nesmějí být sponzorovány podniky, jejichž hlavním předmětem činnosti je výroba nebo prodej tabákových výrobků.

Článek 5

Sponzorství akcí

1. Sponzorství akcí nebo činností, které zahrnují několik členských států, konají se v několika členských státech nebo mají přeshraniční účinek jiným způsobem, je zakázáno.

2. Jakékoli bezplatné rozdělování tabákových výrobků v souvislosti se sponzorstvím akcí ve smyslu odstavce 1 za účelem nebo s přímým či nepřímým účinkem propagace takových výrobků je zakázáno.

Článek 6

Zpráva

Nejpozději do 20. června 2008 předloží Komise Evropskému parlamentu, Radě a Evropskému hospodářskému a sociálnímu výboru zprávu o provádění této směrnice. K této zprávě se připojí všechny návrhy změn této směrnice, které Komise považuje za nezbytné.

⁽¹⁾ Úř. věst. L 204, 21.7.1998, s. 37. Směrnice ve znění směrnice 98/48/ES (Úř. věst. L 217, 5.8.1998, s. 18).

Článek 7

Sankce a vynucení

Členské státy stanoví pravidla pro sankce ukládané v případě porušení vnitrostátních právních předpisů přijatých na základě této směrnice a učiní všechna opatření, která jsou nezbytná pro zajištění jejich uplatňování. Stanovené sankce musejí být účinné, přiměřené a odrazující. Nejpozději do data určeného v článku 10 oznámí členské státy tato pravidla Komisi a neprodleně jí oznámí jakékoli následné změny, které se jich budou týkat.

Pravidla zahrnují ustanovení, která zajistí, že osoby či organizace, které mohou podle vnitrostátních právních předpisů ospravedlnit oprávněný zájem na potlačení reklamy, sponzorství či jiných záležitostí neslučitelných s touto směrnicí, mohou podniknout právní kroky proti takové reklamě nebo sponzorství nebo mohou na takovou reklamu či sponzorství upozornit správní orgán, který je příslušný pro vyřizování stížností nebo pro zahájení vhodného soudního řízení.

Článek 8

Volný pohyb zboží a služeb

Členské státy nezakáží ani neomezí volný pohyb zboží nebo služeb, které jsou v souladu s touto směrnicí.

Článek 9

Odkazy na směrnici 98/43/ES

Odkazy na zrušenou směrnici 98/43/ES se považují za odkazy na tuto směrnici.

Článek 10

Provedení

Členské státy uvedou v účinnost právní a správní předpisy nezbytné pro dosažení souladu s touto směrnicí nejpozději do 31. července 2005. Neprodleně o nich uvědomí Komisi.

Tato opatření přijatá členskými státy musí obsahovat odkaz na tuto směrnici nebo musí být takový odkaz učiněn při jejich úředním vyhlášení. Způsob odkazu si stanoví členské státy.

Článek 11

Vstup v platnost

Tato směrnice vstupuje v platnost dvacátým dnem po vyhlášení v *Úředním věstníku Evropské unie*.

Článek 12

Určení

Tato směrnice je určena členskými státy.

V Bruselu dne 26. května 2003.

Za Evropský parlament

předseda

P. COX

Za Radu

předseda

G. DRYS