

SMERNICA 2003/33/ES EURÓPSKEHO PARLAMENTU A RADY

z 26. mája 2003

o aproximácii zákonov, iných právnych predpisov a správnych opatrení členských štátov týkajúcich sa reklamy a sponzorstva tabakových výrobkov

(Text s významom pre EHP)

EURÓPSKY PARLAMENT A RADA EURÓPSKEJ ÚNIE,

so zreteľom na Zmluvu o založení Európskeho spoločenstva, najmä na jej článok 47 ods. 2, 55 a 95,

so zreteľom na návrh Komisie¹,

so zreteľom na stanovisko Európskeho hospodárskeho a sociálneho výboru²,

po konzultácii s Výborom regiónov,

konajúc v súlade s postupom ustanoveným v článku 251 Zmluvy³,

keďže:

- (1) sa vyskytujú rozdiely medzi zákonmi, inými právnymi predpismi a správными opatreniami členských štátov o reklame tabakových výrobkov a s tým súvisiacim sponzorstvom. Takáto reklama a sponzorstvo sa v určitých prípadoch zasahuje mimo hraníc členských štátov a zahŕňa podujatia organizované na medzinárodnej úrovni a činnosti, na ktoré sa uplatňuje článok 49 Zmluvy. Rozdiely vo vnútroštátnych právnych predpisoch by mohli posilniť prekážky pre voľný pohyb výrobkov a služieb medzi členskými štátmi, ktoré slúžia ako podpora pre takúto reklamu a sponzorstvo. V prípade reklamy v tlači sa už vyskytli určité prekážky. V prípade sponzorstva by sa mohlo zväčšiť narušenie podmienok hospodárskej súťaže a zaznamenalo sa už v prípade organizácie určitých dôležitých športových a kultúrnych podujatí;
- (2) tieto prekážky by sa mali odstrániť a za týmto účelom by sa mali v osobitných prípadoch aproximovať pravidlá týkajúce sa reklamy tabakových výrobkov a s tým súvisiacim sponzorstvom. Predovšetkým je potrebné špecifikovať rozsah, v akom sa povoľuje reklama tabakových výrobkov v určitých kategóriách publikácií ;
- (3) článok 95 ods. 3 Zmluvy zaväzuje Komisiu, aby vo svojich návrhoch na zriadenie a fungovanie vnútorného trhu v oblasti zdravia zohľadňovala vysokú úroveň ochrany. V rámci svojich právomocí sa Európsky parlament a Rada tiež usilujú dosiahnuť tento cieľ. Právne predpisy členských štátov, ktoré sa majú aproximovať, sú zamerané na ochranu zdravia verejnosti úpravou propagácie tabaku, návykovej látky zodpovednej

¹ Ú. v. ES C E 270, 25.9.2001, s. 97.

² Ú. v. ES C 36, 8.2.2002, s. 104.

³ Stanovisko Európskeho parlamentu z 20. novembra 2002 (zatiaľ neuvverejnené v Úradnom vestníku) a rozhodnutie Rady z 27. marca 2003.

v spoločensťve každý rok za smrť viac ako pol milióna ľudí, čím zabráni situáciám, keď mladí ľudia vplyvom propagácie začínajú fajčiť v mladom veku a stávajú sa závislými;

- (4) obeh publikácií v rámci vnútorného trhu, ako sú časopisy, noviny a magazíny, podlieha vážnemu riziku vzniku prekážok pre voľný pohyb v dôsledku zákonov, iných právnych predpisov a správnych opatrení členských štátov, ktoré zakazujú, alebo upravujú reklamu tabakových výrobkov v týchto médiách. Na zabezpečenie voľného obehu takýchto médií v rámci vnútorného trhu je potrebné obmedziť reklamu tabakových výrobkov, ktorú obsahujú, na také magazíny a periodiká, ktoré nie sú určené pre širokú verejnosť, ako sú publikácie určené výlučne pre odborníkov v oblasti obchodu s tabakovými výrobkami a na publikácie vytlačené a publikované v tretích krajinách, ktoré nie sú v prvom rade určené pre trh spoločensťva;
- (5) zákony, iné právne predpisy a správne opatrenia členských štátov týkajúce sa určitých druhov sponzorstva podporujúcich tabakové výrobky s cezhraničnými účinkami, spôsobujú vážne riziko vzniku narušenia podmienok hospodárskej súťaže pre túto činnosť v rámci vnútorného trhu. Aby sa toto narušenie odstránilo, je potrebné, aby sa takéto sponzorstvo zakázalo iba v prípade takých činností alebo podujatí, ktoré má cezhraničné účinky, ktoré by inak mohli slúžiť na obchádzanie obmedzení týkajúcich sa priamych foriem reklamy bez toho, aby sa upravovalo sponzorstvo uskutočňované iba na vnútroštátnej úrovni;
- (6) využívanie služieb informačnej spoločnosti je prostriedkom pre reklamu tabakových výrobkov, ktoré narastá so zvyšovaním spotreby verejnosti a zvyšovaním prístupu k takýmto službám. Takéto služby, ako aj rozhlasové vysielanie, ktoré sa môžu tiež vysielat' prostredníctvom služieb informačnej spoločnosti, sú obzvlášť prít'azlivé a dostupné pre mladých ľudí. Reklama tabakových výrobkov prostredníctvom oboch týchto médií vo svojej podstate má cezhraničný charakter a mala by sa na úrovni spoločensťva upraviť;
- (7) bezplatná distribúcia tabakových výrobkov podlieha v niektorých členských štátoch obmedzeniam kvôli svojmu vysokému potenciálu vzniku závislosti. Prípady bezplatnej distribúcie sa vyskytli v súvislosti so sponzorovaním podujatí s cezhraničnými účinkami a preto by sa mali zakázať;
- (8) medzinárodne platné normy pre reklamu tabakových výrobkov a s tým súvisiace sponzorstvo sú predmetom rokovaní zameraných na vypracovanie návrhu Rámcového dohovoru Svetovej zdravotníckej organizácie o kontrole tabaku. Tieto rokovania sú zamerané na vytvorenie záväzných medzinárodných pravidiel doplnujúcich pravidlá nachádzajúce sa v tejto smernici;
- (9) Komisia by mala vyhotoviť správu o vykonávaní tejto smernice. V príslušných programoch spoločensťva by sa malo ustanoviť, aby sa monitorovali účinky tejto smernice na zdravie verejnosti;
- (10) členské štáty by mali prijať primerané a účinné opatrenia na zabezpečenie kontroly vykonávania opatrení prijatých na základe tejto smernice v súlade so svojimi vnútroštátnymi právnymi predpismi, ako je uvedené v oznámení Komisie Európskemu parlamentu a Rade o úlohe sankcií pri realizácii právnych predpisov spoločensťva týkajúcich sa vnútorného trhu a v rezolúcii Rady z 29. júna 1995 o účinnom jednotnom

uplatňovaní práva spoločenstva a o sankciách, ktoré sa uplatňujú v prípadoch porušenia práva spoločenstva na vnútornom trhu¹. Takéto prostriedky by mali umožňovať intervenciu osôb alebo organizácií, ktoré majú legitímny záujem obmedziť aktivity, ktoré nie sú v súlade s touto smernicou;

- (11) sankcie ustanovené na základe tejto smernice by nemali ovplyvniť žiadnu inú sankciu alebo opatrenie na základe vnútroštátnych právnych predpisov;
- (12) táto smernica upravuje reklamu tabakových výrobkov v iných médiách ako televízia, t.j. v tlači a iných vyťačených publikáciách, rozhlasovom vysielaní a službách informačnej spoločnosti. Upravuje tiež sponzorstvo uskutočňované tabakovými spoločnosťami rozhlasových programov a podujatí a činností, ktoré sa zahŕňajú, alebo sa konajú vo viacerých členských štátoch, alebo ktoré majú cezhraničné účinky, vrátane bezplatnej distribúcie alebo distribúcie so zľavou. Iné formy reklamy ako nepriama reklama, ako aj sponzorstvo podujatí alebo aktivít, ktoré nemajú cezhraničné účinky, nespádajú do pôsobnosti tejto smernice. Pokiaľ zmluva neustanovuje inak, členským štátom sa ponecháva právomoc upravovať tieto záležitosti podľa potreby na zabezpečenie ochrany zdravia ľudí.
- (13) na reklamu týkajúcu sa humánných liekov sa vzťahuje smernica 2001/83/ES Európskeho parlamentu a Rady zo 6. novembra 2001, ktorou sa ustanovuje zákonník spoločenstva o humánných liekoch². Do pôsobnosti tejto smernice nepatrí reklama týkajúca sa výrobkov určených na odvykanie od závislosti na tabaku;
- (14) táto smernica by nemala ovplyvniť smernicu Rady 89/552/EHS z 3. októbra 1989 o koordinácii určitých ustanovení ustanovených na základe zákonov, iných právnych predpisov a správnych opatrení týkajúcich sa vykonávania činností televízneho vysielania³, ktoré zakazuje všetky formy televíznej reklamy na cigarety a iné tabakové výrobky. Smernica 89/552/EHS ustanovuje, že televízne programy nesmú byť sponzorované podnikmi, ktorých hlavná činnosť je výroba a predaj cigariet a iných tabakových výrobkov alebo poskytovanie služieb, ktorých reklama je uvedenou smernicou zakázaná. Smernica 89/552/EHS zakazuje tiež televíznu ponuku (teleshopping) tabakových výrobkov
- (15) smernica Rady 84/450/EHS z 10. septembra 1984 o aproximácii zákonov, iných právnych predpisov a správnych opatrení členských štátov týkajúcich sa klamlivej reklamy⁴ uznáva nadnárodný charakter reklamy. Smernica 2001/37/ES Európskeho parlamentu a Rady z 5. júna 2001 o aproximácii zákonov, iných právnych predpisov a správnych opatrení členských štátov týkajúcich sa výroby, uvádzania a predaja tabakových výrobkov⁵ obsahuje ustanovenia o používaní zavádzajúcich informácií na označení tabakových výrobkov, ktorého cezhraničný účinok sa tiež uznáva;
- (16) smernica 98/43/ES Európskeho parlamentu a Rady zo 6. júla 1998 o aproximácii zákonov, iných právnych predpisov a správnych opatrení členských štátov týkajúcich sa

¹ Ú. v. ES C 188, 22.7.1995, s. 1.

² Ú. v. ES L 311, 28.11.2001, s. 67.

³ Ú. v. ES L 298, 17.10.1989, str. 23. Smernica zmenená a doplnená smernicou 97/36/ES Európskeho parlamentu a Rady (Ú. v. L 202, 30.7.1997, s. 60).

⁴ Ú. v. ES L 250, 19.9.1984, s. 17. Smernica zmenená a doplnená smernicou 97/55/ES Európskeho parlamentu a Rady (Ú. v. ES L 290, 23.10.1997, s. 18).

⁵ Ú. v. ES L 194, 18.7.2001, s. 26.

reklamy a sponzorstva tabakových výrobkov⁷ bola Súdny dvorom zrušená vo veci C-376/98 *Spolková republika Nemecko v. Európsky parlament a Rada Európskej únie*⁸. Odkazy na smernicu 98/43/ES by sa mali preto vykladať ako odkazy na túto smernicu;

- (17) v súlade s princípom proporcionality je potrebné a vhodné pre dosiahnutie základného cieľa riadneho fungovania vnútorného trhu ustanoviť pravidlá na reklamu tabakových výrobkov a s tým súvisiace sponzorstvo. Táto smernica nezachádza ďalej, ako je nevyhnutné pre dosiahnutie týchto cieľov sledovaných v súlade s tretím odsekom článku 5 zmluvy;
- (18) táto smernica rešpektuje základné práva a dodržiava princípy uznávané najmä Chartou základných práv Európskej únie. Táto smernica sa zameriava predovšetkým na rešpektovanie základného práva na slobodu prejavu,

PRIJALI TÚTO SMERNICU:

Článok 1

Predmet a rozsah pôsobnosti

1. Cieľom tejto smernice je aproximovať zákony, iné právne predpisy a správne opatrenia členských štátov na reklamu tabakových výrobkov a ich propagáciu:
 - (a) v tlači a iných vytlačených publikáciách;
 - (b) v rozhlasovom vysielaní;
 - (c) v službách informačnej spoločnosti; a
 - (d) cez sponzorstvo súvisiace s tabakovými výrobkami, vrátane bezplatnej distribúcie tabakových výrobkov,
2. Táto smernica je určená na zabezpečenie voľného pohybu príslušných médií a súvisiacich služieb a na odstránenie prekážok pre fungovanie vnútorného trhu.

Článok 2

Definície

Na účely tejto smernice sa uplatňujú tieto definície:

- (a) „tabakové výrobky“ znamenajú všetky výrobky určené na fajčenie, šnupanie, cmúľanie alebo žuvanie, pokiaľ sú, hoci len čiastočne, vyrobené z tabaku;
- (b) „reklama“ znamená všetky formy komerčných oznámení, ktoré majú za cieľ propagovať tabakový výrobok alebo priamo alebo nepriamo pôsobiť na jeho propagáciu;

⁷ Ú. v. ES L 213, 30.7.1998, s. 9.

⁸ [2000] ECR I-8419.

- (c) „sponzorstvo“ znamená všetky formy verejných alebo súkromných príspevkov na akékoľvek podujatie, činnosť alebo jednotlivca, ktoré majú za cieľ propagovať tabakový výrobok alebo priamo alebo nepriamo pôsobiť na jeho propagáciu;
- (d) „služby informačnej spoločnosti“ znamená služby v zmysle článku 1 ods. 2 smernice 98/34/ES Európskeho parlamentu a Rady z 22. júna 1998 o postupe pri poskytovaní informácií v oblasti technických noriem a predpisov a pravidiel o službách informačnej spoločnosti¹.

Článok 3

Reklama v tlačových prostriedkoch a služby informačnej spoločnosti

1. Reklama v tlači a iných vytlačených publikáciách sa obmedzuje len na publikácie určené výlučne pre obchodníkov v oblasti predaja tabakových výrobkov a na publikácie, ktoré sú vytlačené a publikované v tretích krajinách, ak tieto publikácie nie sú v podstate určené pre trh spoločenstva.

Iná reklama v tlači a iných vytlačených publikáciách sa zakazuje.

2. Reklama, ktorá nie je povolená v tlači a iných vytlačených publikáciách, sa nepovoľuje v službách informačnej spoločnosti.

Článok 4

Rozhlasová reklama a sponzorstvo

1. Zakazujú sa všetky formy rozhlasovej reklamy na tabakové výrobky.

2. Rozhlasové programy nesmú byť sponzorované podnikmi, ktorých hlavná činnosť je výroba alebo predaj tabakových výrobkov.

Článok 5

Sponzorovanie podujatí

1. Sponzorovanie podujatí alebo činností, ktoré zahŕňajú, alebo sa konajú sa v niekoľkých členských štátoch, alebo ktoré majú cezhraničné účinky, sa zakazuje.

2. Každá bezplatná distribúcia tabakových výrobkov v súvislosti so sponzorstvom podujatí uvedených v odseku 1, ktorá má za cieľ propagovať tabakové výrobky alebo priamo alebo nepriamo pôsobiť na ich propagáciu, sa zakazuje.

Článok 6

Správa

¹ Ú. v. ES L 204, 21.7.1998, s. 37. Smernica naposledy zmenená a doplnená smernicou 98/48/ES (Ú. v. ES L 217, 5.8.1998, s. 18).

Najneskôr do 20. júna 2008 Komisia predloží správu Európskemu parlamentu, Rade a Európskemu hospodárskemu a sociálnemu výboru o vykonávaní tejto smernice. Spolu s touto správou sa predložia všetky návrhy na zmeny a doplnenia tejto smernice, ktoré Komisia považuje za potrebné.

Článok 7

Sankcie a vymáhanie

Členské štáty ustanovia pravidlá pre udeľovanie sankcií za porušenie vnútroštátnych ustanovení prijatých na základe tejto smernice a prijmú všetky potrebné opatrenia, aby zabezpečili ich vykonávanie. Uvedené sankcie musia byť účinné, primerané a odradzujúce. Členské štáty oznámia tieto pravidlá Komisii najneskôr do dátumu uvedeného v článku 10 a bezodkladne jej oznámia všetky ich ďalšie zmeny a doplnenia.

Tieto pravidlá budú obsahovať ustanovenia zabezpečujúce, že osoby alebo organizácie ktoré na základe vnútroštátnych právnych predpisov môžu odôvodniť legitímny záujem na potlačenie reklamy, sponzorstva alebo iných záležitostí nezlúčiteľných s touto smernicou, môžu podniknúť právne kroky proti takejto reklame alebo sponzorstvu alebo upozorniť na takúto reklamu alebo sponzorstvo správny orgán zodpovedný buď za posúdenie sťažnosti, alebo za začatie príslušného súdneho konania.

Článok 8

Voľný pohyb výrobkov a služieb

Členské štáty nesmú zakázať alebo obmedziť voľný pohyb výrobkov alebo služieb, ktoré sú v súlade s touto smernicou.

Článok 9

Odkazy na smernicu 98/43/ES

Odkazy na zrušenú smernicu 98/43/ES sa budú vykladať ako odkazy na túto smernicu.

Článok 10

Vykonávanie

1. Členské štáty prijmú zákony, iné právne predpisy a správne opatrenia potrebné na dosiahnutie súladu s touto smernicou najneskôr do 31. júla 2005. Bezodkladne o tomto informujú Komisiu.

Členské štáty uvedú priamo v prijatých ustanoveniach alebo pri ich úradnom uverejnení odkaz na túto smernicu. Podrobnosti o odkaze upraví členské štáty.

Článok 11

Nadobudnutie účinnosti

Táto smernica nadobúda účinnosť 20. deň po jej uverejnení v *Úradnom vestníku Európskej únie*.

Článok 12

Adresáti

Táto smernica je adresovaná členským štátom.

V Bruseli 26. mája 2003

za Európsky parlament

predseda

P. Cox

za Radu

predseda

G. Drys