

32003L0033

Direktiva 2003/33/KE e Parlamentit Evropian dhe e Këshillit e 26 majit 2003, për përafrimin e ligjeve, rregulloreve dhe dispozitave administrative të Shteteve Anëtare në lidhje me publicitetin dhe sponsorizimin në favor të produkteve të duhanit (Tekst kuptimi i të cilit lidhet me ZEE)

Gazeta Zyrtare L 152 , 20/06/2003 faqe 0016 - 0019

Direktiva 2003/33/KE e Parlamentit Evropian dhe e Këshillit e 26 majit 2003, për përafrimin e ligjeve, rregulloreve dhe dispozitave administrative të Shteteve Anëtare në lidhje me publicitetin dhe sponsorizimin në favor të produkteve të duhanit (Tekst kuptimi i të cilit lidhet me ZEE)

PARLAMENTI EVROPIAN DHE KËSHILLI I BASHKIMIT EVROPIAN,

Duke pasur parasysh Traktatin Themelues të Komunitetit Evropian, dhe veçanërisht nenin 47, pika 2 dhe nenet 55 e 95 të tij,

Duke pasur parasysh propozimin e Komisionit¹,

Duke pasur parasysh mendimin e Komitetit Evropian Ekonomik dhe Social²,

,

Pas këshillimit me Komitetin e Rajoneve,

Duke vepruar në përputhje me procedurën e parashikuar në nenin 251 të Traktatit³,

Duke pasur parasysh se:

- (1) Ekzistojnë divergjenca ndërmjet ligjeve, rregulloreve dhe dispozitave administrative të Shteteve Anëtare në lidhje me publicitetin dhe sponsorizimin në favor të produkteve të duhanit. Në disa raste, një publicitet dhe një sponsorizim i tillë i kalon kufijtë e Shteteve Anëtare duke përfshirë aktivitete të organizuara në nivel ndërkombëtar dhe këto janë aktivitete për të cilat zbatohet neni 49 i Traktatit. Mospërputhjet në legjislacionin kombëtar, janë të tilla, që shkaktojnë barriera në rritje për lëvizjen e lirë ndërmjet Shteteve Anëtare të produkteve ose

shërbimeve që përbëjnë mbështetje për këto aktivitete publiciteti apo sponsorizimi. Në rastin e publicitetit në shtyp, janë hasur një sërë pengesash. Në rastin e sponsorizimit, deformimet e kushteve të konkurrencës mund të rriten dhe këto janë vënë re në organizimin e disa aktiviteteve të rëndësishme sportive dhe kulturore.

- (2) Këto barriera duhet të eliminohen dhe për këtë qëllim, rregullat në lidhje me publicitetin dhe sponsorizimin e produkteve të duhanit duhet të përafrohen në raste të veçanta. Veçanërisht, duhet të përcaktohet masa e lejuar e publicitetit të duhanit në kategori të caktuara publikimesh.
- (3) Neni 95, pika 3 e Traktatit kërkon që Komisioni në propozimet e tij për ngritjen dhe funksionimin e Tregut të Brendshëm në lidhje me shëndetin, të bazohet në një nivel mbrojtjeje të lartë. Brenda kompetencave të tyre përkatëse, Parlamenti Evropian dhe Këshilli përpiqen ta arrijnë këtë objektiv. Legjislacioni i Shteteve Anëtare që duhet të përafrohet, synon të mbrojë shëndetin publik duke rregulluar promovimin e duhanit, një produkt që shkakton varësi dhe mbi një gjysmë milion vdekje në Komunitet çdo vit, duke mënjeluar situatën ku të rinjtë, si rezultat i këtij promovimi, të fillojnë të pinë duhan dhe të krijojnë varësi ndaj tij.
- (4) Qarkullimi në Tregun e Brendshëm të publikimeve ,si: botimet periodike, gazetat dhe revistat, përbaljet me rreziqe të konsiderueshme për lëvizjen e lirë si rezultat i ligjeve, rregulloreve dhe dispozitave administrative të Shteteve Anëtare, të cilat ndalojnë ose rregullojnë publicitetin në favor të duhanit në këto mjete komunikimi. Me qëllim që të sigurohet qarkullimi i lirë në të gjithë Tregun e Brendshëm të këtyre mjeteve komunikimi, është e nevojshme të kufizohet publiciteti për duhanin në ato revista të specializuara dhe botime periodike, që nuk janë të destinuara për publikun e gjerë siç janë publikimet e destinuara ekskluzivisht për profesionistët në tregtinë e duhanit dhe publikimet e shtypura e të publikuara në vendet e treta, të cilat nuk janë të destinuara kryesisht për tregun Komunitar.
- (5) Ligjet, rregulloret dhe dispozitat administrative të Shteteve Anëtare në lidhje me tipe të caktuara të sponsorizimit, në favor të produkteve të duhanit me efekte ndërkufitare, provokojnë një rrezik të konsiderueshëm për shformimin e kushteve të konkurrencës për këtë aktivitet brenda Tregut të Brendshëm. Me qëllim që të eliminohen këto deformime, është e nevojshme të ndalohet ky sponsorizim vetëm për ato aktivitete ose evenimente që shkaktojnë efekte ndërkufitare, që përndryshe

- mund të përbënin mjet për shmangien e kufizimeve të vendosura për format e drejtpërdrejta të publicitetit, pa rregulluar sponsorizimin në nivel thjesht kombëtar.
- (6) Përdorimi i shërbimeve të shoqërisë së informacionit është një mjet publiciteti për produktet e duhanit i cili rritet me rritjen e konsumit dhe të mundësisë publike në këto shërbime. Këto shërbime, si dhe transmetimet radiofonike që mund të transmetohen edhe nëpërmjet shërbimeve të shoqërisë së informacionit, janë tepër tërheqëse dhe lehtësisht të aksesueshme për konsumatorët në moshë të re. Publiciteti në favor të duhanit nëpërmjet të këtyre dy mjeteve, nga vetë natyra e vet, ka veçorinë që i tejkalon kufijtë dhe duhet të rregullohet në nivel Komunitar.
 - (7) Shpërndarja falas e produkteve të duhanit i nënshtrohet kufizimeve në disa Shtete Anëtare, nisur nga rreziku i lartë për krijimin e varësisë. Janë konstatuar raste të shpërndarjes falas në kontekstin e sponsorizimit të aktivitetve që kanë efekte ndërkuftare dhe që në fakt duhet të ndalohen.
 - (8) Standardet e zbatuara në nivel ndërkombëtar për publicitetin dhe sponsorizimin në favor të produkteve të duhanit , janë objekt bisedimesh për hartimin e një Konvente Kuadër të Organizatës Botërore të Shëndetësisë për Kontrollin e Duhanit. Këto bisedime synojnë përcaktimin e rregullave ndërkombëtare detyruese, plotësuese për ato që parashtrohen në këtë Direktivë.
 - (9) Komisioni duhet të hartojë një raport për zbatimin e kësaj Direktive. Duhet të merren masa në programet përkatëse të Komunitetit për të vëzhguar efektet e kësaj Direktive në shëndetin e publikut.
 - (10) Shtetet Anëtare duhet të marrin masa të përshtatshme dhe të efektshme, për të siguruar kontrollin e zbatimit të masave të marra në pajtim me këtë Direktivë dhe në pajtim me legjislacionin kombëtar ,në përputhje me Komunikatën e Komisionit për Parlamentin Evropian dhe Këshillin, për rolin e penaliteteve në zbatimin e legjislacionit Komunitar në sektorin e Tregut të Brendshëm dhe në Rezolutën e Këshillit të 20 qershorit 1995 ,për zbatimin uniform dhe të efektshëm të së drejtës Komunitare dhe për penalitetet e zbatueshme për shkeljet e kësaj të drejte në sektorin e Tregut të Brendshëm⁴. Këto mjete duhet të përfshijnë dispozita për

ndërhyrjen e personave dhe organizatave me interes të ligjshëm në ndalimin e aktiviteteve që nuk janë në pajtim me këtë Direktivë.

- (11) Penalitetet e parashikuara në këtë Direktivë nuk cenojnë penalitetet e tjera ose mjetet shtrënguese në bazë të ligjit të brendshëm.
- (12) Kjo Direktivë rregullon publicitetin në favor të produkteve të duhanit në mediat e ndryshme të televizionit , në shtyp dhe në publikimet e tjera të shtypura si: në transmetimet radiofonike dhe në shërbimet e shoqërisë së informacionit. Ajo rregullon gjithashtu sponsorizimin, nga shoqëritë e duhanit, e programeve radiofonike dhe të ngjarjeve apo aktiviteteve të tjera që kanë të bëjnë ose ndodhin në disa Shtete Anëtare, apo kur kanë efekte ndërkufitare, duke përfshirë shpërndarjen falas ose me ulje të produkteve të duhanit. Forma të tjera të publicitetit, si publiciteti jo i drejtpërdrejtë, si dhe sponsorizimi i ngjarjeve dhe i aktiviteteve pa efekt ndërkufitar, nuk përfshihen në fushën e veprimit të kësaj Direktive. Në pajtim me Traktatin, Shtetet Anëtare mbajnë kompetencën për të rregulluar këto çështje ashtu si e mendojnë të nevojshme për të garantuar mbrojtjen e shëndetit të njeriut.
- (13) Publiciteti në lidhje me produktet mjekësore për përdorim njerëzor mbulohet nga Direktiva 2001/83/KE e Parlamentit Evropian dhe Këshillit e 6 nëntorit 2001 , për kodin Komunitar në lidhje me produktet mjekësore për përdorim njerëzor⁵. Publiciteti ,në lidhje me produktet që nxisin eliminimin e varësisë nga duhani, nuk përfshihet në fushën e veprimit të kësaj Direktive.
- (14) Kjo Direktivë nuk cenon Direktivën e Këshillit 89/552/KEE të 3 tetorit 1989 në lidhje me bashkërenimin e dispozitave të caktuara nga ligje, rregullore dhe dispozita administrative të Shteteve Anëtare në lidhje me ushtrimin e aktiviteteve të transmetimit televiziv⁶, që ndalon të gjitha format e publicitetit televiziv në favor të cigareve dhe produkteve të tjera të duhanit. Direktiva 89/552/KEE parashikon që programet televizive nuk mund të sponsorizohen nga ndërmarrje ku aktiviteti kryesor i të cilave është prodhimi ose shitja e cigareve dhe e produkteve të tjera të duhanit, apo dhënia e shërbimeve, publiciteti i të cilave ndalohet nga kjo Direktivë. Shitjet përmes televizionit të produkteve të duhanit ndalohet gjithashtu nga Direktiva 89/552/KEE.

- (15) Karakteri transkombëtar i publicitetit njihet nga Direktiva 84/450/KEE e Këshillit e 10 shtatorit 1984 , me përafrimin e ligjeve, rregulloreve dhe dispozitave administrative të Shteteve Anëtare në lidhje me reklamën keqinformuese⁷. Direktiva 2001/37/KE e Parlamentit Evropian dhe Këshillit e 5 qershorit 2001 për përafrimin e ligjeve, rregulloreve dhe dispozitave administrative të Shteteve Anëtare në lidhje me prodhimin, prezantimin dhe shitjen e produkteve të duhanit⁸, përmban dispozita në lidhje me përdorimin e përshkrimeve keqinformuese në etiketimin e produkteve të duhanit, për të cilat është konstatuar efekti ndërkombëtar i tyre.
- (16) Direktiva 98/43/KE e Parlamentit Evropian dhe e Këshillit e 6 qershorit 1998 për përafrimin e ligjeve, rregulloreve dhe dispozitave administrative të Shteteve Anëtare në lidhje me publicitetin dhe sponsorizimin e produkteve të duhanit⁹, u anulua nga Gjykata e Drejtësisë me vendim mbi çështjen: C-376/98 Republika Federale Gjermane kundër Parlamentit Evropian dhe Këshillit të Bashkimit Evropian⁽¹⁰⁾. Referimet e Direktivës 98/43/KE duhet të interpretohen si referime të kësaj Direktive.
- (17) Në bazë të parimit të përpjestueshmërisë , është e nevojshme dhe e përshtatshme për arritjen e objektivit themelor të funksionimit të duhur të Tregut të Brendshëm të caktohen rregulla në lidhje me publicitetin dhe sponsorizimin e produkteve të duhanit. Kjo Direktivë nuk shkon përtej asaj që është e nevojshme, me qëllim që të arrihet ky objektivi, në bazë të nenit 5, paragrafit të tretë të Traktatit.
- (18) Kjo Direktivë respekton të drejtat themelore dhe është në pajtim me parimet e njohura veçanërisht nga Karta e të Drejtave Themelore e Bashkimit Evropian. Kjo Direktivë synon veçanërisht të garantojë respektimin e të drejtës themelore të lirisë së shprehjes,

MIRATOJNË KËTË DIREKTIVË:

Neni 1

Fusha e zbatimit dhe qëllimi

1. Qëllimi i kësaj Direktive është përafrimi i ligjeve, rregulloreve dhe dispozitave administrative të Shteteve Anëtare në lidhje me publicitetin në favor të produkteve të duhanit dhe promovimin e tyre:

- (a) në shtyp dhe publikime të tjera të shtypura;
- (b) në transmetimet radiofonike;
- (c) në shërbimet e shoqërisë së informacionit dhe
- (d) nëpërmjet sponsorizimit që ka lidhje me duhanin, duke përfshirë shpërndarjen falas të produkteve të duhanit.

2. Kjo Direktivë synon të garantojë qarkullimin e lirë të mjeteve të interesuara të komunikimit dhe shërbimeve përkatëse dhe të eliminojë pengesat për funksionimin e Tregut të Brendshëm.

Neni 2

Përkufizime

Për qëllimet e kësaj Direktive, zbatohen përkufizimet e mëposhtme:

- (a) "produkte të duhanit" nënkupton të gjitha produktet të destinuara për t'u tymosur, thithur me hundë, me gojë ose përtpur dhe të cilat përbëhen pjesërisht nga duhani;
- (b) "publicitet" nënkupton çdo formë komunikimi tregtar që ka për qëllim apo efekt, të drejtpërdrejtë ose jo të drejtpërdrejtë, promovimin e një produkti të duhanit;
- (c) "sponsorizim" nënkupton çdo formë kontributi publik apo privat për një eveniment, aktivitet ose individ, që ka për qëllim apo efekt, të drejtpërdrejtë ose jo të drejtpërdrejtë, në promovimin e një produkti të duhanit;
- (d) "shërbime të shoqërisë së informacionit" nënkupton shërbimet brenda kuptimit të nenit 1, pika 2 të Direktivës 98/34/KE të Parlamentit Evropian dhe të Këshillit e 22 qershorit 1998, e cila parashikon një procedurë informimi në fushën e standardeve dhe rregulloreve teknike dhe rregullave që lidhen me shërbimet e shoqërisë së informacionit¹¹.

Neni 3

Publiciteti në median e shkruar dhe nëpërmjet shërbimeve të shoqërisë së informacionit

1. Publiciteti në median e shkruar (shtyp) dhe nëpërmjet publikimeve të tjera të shtypura, lejohet vetëm në publikimet e përcaktuara ekskluzivisht për profesionistët në tregtinë e duhanit dhe për publikimet e shtypura e të publikuara në vendet e treta, të cilat kryesisht nuk janë të destinuara për tregun Komunitar.

Ndalohet çdo lloj publiciteti tjetër në median e shkruar si dhe nëpërmjet publikimeve të tjera të shtypura.

2. Publiciteti që nuk lejohet në median e shkruar dhe nëpërmjet publikimeve të tjera të shtypura, nuk lejohet as në shërbimet e shoqërisë së informacionit.

Neni 4

Reklama në radio dhe sponsorizimi

1. Ndalohen të gjitha format e publicitetit radiofonik në favor të produkteve të duhanit.
2. Programet radiofonike nuk duhet të sponsorizohen nga ndërmarrje aktiviteti kryesor i të cilave është prodhimi dhe shitja e produkteve të duhanit.

Neni 5

Sponsorizimi i aktiviteteve

1. Sponsorizimi i aktiviteteve që përfshijnë ose ndodhin në disa Shtete Anëtare apo që krijojnë efekte ndërkufitare, është i ndaluar.
2. Ndalohet çdo shpërndarje falas e produkteve të duhanit në kontekstin e sponsorizimit të aktiviteteve të përmendura në paragrafin 1 lart, të cilat kanë për qëllim apo efekt të drejtpërdrejtë ose jo të drejtpërdrejtë, promovimin e një produkti të duhanit.

Neni 6

Raporti

Jo më vonë se 20 qershori 2008, Komisioni i paraqet një raport Parlamentit Evropian, Këshillit dhe Komitetit Evropian Ekonomik dhe Social, mbi zbatimin e kësaj Direktive. Ky raport shoqërohet me propozime për ndryshime në këtë Direktivë, të cilat Komisioni i gjykon të nevojshme.

Neni 7

Penalitetet dhe ekzekutimi

Shtetet Anëtare caktojnë rregulla për penalitetet e zbatueshme për shkeljen e dispozitave të brendshme të miratuara në pajtim me këtë Direktivë dhe marrin të gjitha masat e nevojshme për të garantuar ekzekutimin e tyre. Penalitetet duhet të jenë të efektshme, të përpjestueshme dhe frenuese. Shtetet Anëtare ia njoftojnë këto rregulla Komisionit jo më vonë se në datën e përcaktuar në nenin 10 dhe e njoftojnë pa vonesë për çdo ndryshim të mëvonshëm.

Këto rregulla përfshijnë dispozitat që u garantojnë personave apo organizatave që në bazë të legjislacionit të brendshëm, mund të shfajësojë një interes të ligjshëm në ndalimin e reklamës, sponsorizimit ose çështjeve të tjera që nuk përputhen me këtë Direktivë, mund të ndërmarrin veprim ligjor kundër këtij publiciteti ose sponsorizimi, ose të paraqesin këtë publicitet apo sponsorizim te një organ administrativ kompetent për t'u shprehur për këto ankesa ose të fillojnë procedura të përshtatshme ligjore.

Neni 8

Lëvizja e lirë e produkteve dhe e shërbimeve

Shtetet Anëtare nuk ndalojnë dhe as kufizojnë lëvizjen e lirë të produkteve ose shërbimeve që përputhen me këtë Direktivë.

Neni 9

Referimet e Direktivës 98/43/KE

Referimet e Direktivës së anuluar 98/43/KE ,duhet të interpretohen si referime të kësaj Direktive

Neni 10

Zbatimi

1. Shtetet Anëtare miratojnë ligje, rregullore dhe dispozita administrative të nevojshme për të siguruar pajtimin me këtë Direktivë, jo më vonë se 31 korrik 2005. Ato njoftojnë për këtë menjëherë Komisionin.

Kur Shtetet Anëtare miratojnë këto masa, ato pëmbajnë një referim të kësaj Direktive ose shoqërohen nga një referim me rastin e publikimit të tyre zyrtar. Modalitetet e këtij referimi vendosen nga Shtetet Anëtare.

2. Shtetet Anëtare i komunikojnë Komisionit tekstin e dipozitave kryesore të legjislacionit të brendshëm që ato miratojnë në fushën e rregulluar nga kjo Direktivë.

Neni 11

Hyrja në fuqi

Kjo Direktivë hyn në fuqi që nga dita e publikimit të saj në Gazetën Zyrtare të Bashkimit Evropian.

Neni 12

Subjektet që u drejtohet

Kjo Direktivë u drejtohet Shteteve Anëtare

Hartuar në Bruksel, më 26 maj 2003

Për Parlamentin Evropian

Presidenti

P. COX

Për Këshillin

Presidenti

G. DRYS

¹ GZ C 270 E, 25.9.2001, faqe 97

² GZ C 36, 8.2.2002, faqe 104

³ Mendim i Parlamentit Evropian i 20 nëntorit 2002 (ende i pabotuar në Gazetën Zyrtare) dhe Vendimi i Këshillit i 27 marsit 2003.

⁴ GZ C 188, 22.7.1995, faqe 1

⁵ GZ L 131, 28.11.2001, faqe 67

⁶ GZ L 298, 17.10.1989, faqe 23. Direktivë e ndryshuar nga Direktiva 97/36/KE e Parlamentit Evropian dhe e Këshillit (GZ) L 202, 30.7.1997, faqe 60)

⁷ GZ L 250, 19.9.1984, faqe 17. Direktivë e ndryshuar nga Direktiva 97/55/KE e Parlamentit Evropian dhe e Këshillit (GZ) L 290, 23.10.1997, faqe 18.

⁸ GZ L 194, 18.7.2001, faqe 26.

⁹ GZ L 213, 30.7.1998, faqe 9.

¹⁰ [2000] ECR I-8419.

¹¹ GZ L 204, 21.7.1998, faqe 37. Direktivë e ndryshuar nga Direktive 98/48/KE (GZ L 217, 5.8.1998, faqe 18).