

**DIRECTIVA 98/43/CE DEL PARLAMENTO EUROPEO Y
DEL CONSEJO, DE 6 DE JULIO DE 1998, RELATIVA A
LA APROXIMACIÓN DE LAS DISPOSICIONES LEGALES,
REGLAMENTARIAS Y ADMINISTRATIVAS DE LOS ESTADOS
MIEMBROS EN MATERIA DE PUBLICIDAD Y DE PATROCINIO
DE LOS PRODUCTOS DEL TABACO**

EL PARLAMENTO EUROPEO Y EL CONSEJO DE LA UNION EUROPEA,

Visto el Tratado constitutivo de la Comunidad Europea y, en particular, el apartado 2 de su artículo 57 y los artículos 66 y 100 A,

Vista la propuesta de la Comisión⁽¹⁾,

Visto el dictamen del Comité Económico y Social⁽²⁾,

De conformidad con el procedimiento establecido en el artículo 189 B del Tratado⁽³⁾,

1. Considerando que existen divergencias entre las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros en materia de publicidad y de patrocinio de los productos del tabaco; que dicha publicidad y dicho patrocinio traspasan las fronteras de los Estados miembros, pudiendo estas disparidades no sólo dificultar la libre circulación de los productos, que son los medios de soporte de estas actividades, y la libre prestación de servicios en este campo, sino también provocar distorsiones de la competencia, obstaculizando de este modo el funcionamiento del mercado interior;
2. Considerando que procede eliminar tales barreras y que, para ello, deben aproximarse las normas relativas a la publicidad y al patrocinio de los productos del tabaco, dejando a los Estados miembros la posibilidad de imponer, en determinadas condiciones, los requisitos que consideren necesarios para proteger la salud de las personas;
3. Considerando que, de conformidad con el apartado 3 del artículo 100 A del Tratado, la Comisión, en sus propuestas previstas en el apartado 1 en materia de salud, seguridad y protección del medio ambiente y de los consumidores, toma como base de partida un nivel de protección elevado;
4. Considerando, por consiguiente, que la presente Directiva debe atender debidamente a la protección de la salud de las personas en general y de los jóvenes en particular, para quienes la publicidad desempeña un papel importante en la promoción del tabaco;
5. Considerando que el Consejo ha adoptado, basándose en el artículo 100 A, las Directivas 89/622/CEE⁽⁴⁾, y 90/239/CEE⁽⁵⁾, relativas al etiquetado de los productos del tabaco y al contenido máximo de alquitrán de los cigarrillos, respectivamente, con el fin de garantizar el buen funcionamiento del mercado interior;
6. Considerando que la publicidad relativa a los medicamentos de uso humano está contemplada en la Directiva 92/28/CEE⁽⁶⁾; que la publicidad referida a los



II. Normativa internacional

productos destinados a eliminar la adicción al tabaco no entra en el ámbito de aplicación de la presente Directiva;

7. Considerando que la presente Directiva no se aplica a las comunicaciones destinadas exclusivamente a los profesionales que intervienen en el comercio de los productos del tabaco, ni a la presentación de los productos del tabaco puestos a la venta y los carteles indicadores de sus precios, así como tampoco, en función de las estructuras de venta, a la publicidad destinada al comprador en los puntos de venta ni a la venta de publicaciones de países terceros que no cumplan las condiciones establecidas en la presente Directiva, con la condición, sin embargo, de respetar el Derecho comunitario y las obligaciones de la Comunidad en el ámbito internacional; que en dicho ámbito corresponde a los Estados miembros adoptar, en su caso, medidas adecuadas;
8. Considerando que, habida cuenta de la interdependencia existente entre todos los medios de publicidad oral, escrita, impresa, radiofónica, televisada y cinematográfica y para evitar cualquier riesgo de distorsión de la competencia y de contravención de la normativa, la presente Directiva debe afectar a todas las clases y a todos los medios de publicidad, con excepción de la publicidad televisada, ya regulada por la Directiva 89/1552/CEE Consejo, de 3 de octubre de 1989, sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados Miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva⁽⁷⁾;
9. Considerando que todas las formas de publicidad indirecta y de patrocinio, así como la distribución gratuita, tienen el mismo efecto que la publicidad directa y que, sin perjuicio del principio fundamental de la libertad de expresión, procede por tanto regularlas, incluidas aquellas formas indirectas de publicidad que, aun sin mencionar directamente el producto del tabaco, utilicen marcas, emblemas, símbolos o cualquier otro signo distintivo utilizado para los productos del tabaco; que, no obstante, los Estados miembros podrán aplazar la aplicación de estas disposiciones, con el fin de permitir la adaptación de las prácticas comerciales y la sustitución del patrocinio de los productos del tabaco por otras formas adecuadas de apoyo;
10. Considerando que, sin perjuicio de la regulación de la publicidad de los productos del tabaco, los Estados miembros conservarán la facultad de permitir que, en determinadas condiciones, se continúe utilizando para la publicidad de productos o servicios distintos del tabaco un nombre que, de buena fe, ya se estuviese utilizando antes de la adopción de la Directiva tanto para productos o servicios como para productos del tabaco;
11. Considerando que el patrocinio existente de acontecimientos o actividades que los Estados miembros pueden seguir autorizando durante un período de ocho años desde la entrada en vigor de la presente Directiva hasta, a más tardar, el 1 de octubre de 2006 y que estará sujeto a medidas de limitación voluntaria y a una reducción de los gastos durante el período transitorio, debería incluir todos los medios para lograr los objetivos de patrocinio definidos en la presente Directiva;
12. Considerando que, para controlar la aplicación de las disposiciones nacionales adoptadas con arreglo a la presente Directiva, los Estados miembros deberán establecer medios adecuados y eficaces, dentro del cumplimiento de su legislación nacional,



HAN ADOPTADO LA PRESENTE DIRECTIVA:

Artículo 1.

La presente Directiva tiene por objeto la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros en materia de publicidad y de patrocinio de los productos del tabaco.

Artículo 2.

A efectos de la presente Directiva se entenderá por:

1. «productos del tabaco»: los productos destinados a ser fumados, inhalados, chupados o masticados, siempre que estén constituidos, aunque sólo sea en parte, por tabaco;
2. «publicidad»: cualquier tipo de comunicación comercial cuyo objetivo o efecto directo o indirecto sea la promoción de un producto del tabaco, incluida la publicidad que, sin mencionar directamente un producto del tabaco, intente eludir la prohibición de la publicidad utilizando nombres, marcas, símbolos u otros elementos distintivos de productos del tabaco;
3. «patrocinio»: cualquier contribución, pública o privada, a un acontecimiento o actividad cuyo objetivo o efecto directo o indirecto sea la promoción de un producto del tabaco;
4. «punto de venta de tabaco»: cualquier lugar en el que se vendan productos del tabaco.

Artículo 3.

1. Sin perjuicio de lo dispuesto en la Directiva 89/ 552/CEE, queda prohibida en la Comunidad toda clase de publicidad o de patrocinio del tabaco.
2. Lo dispuesto en el apartado 1 no será óbice para que un Estado miembro pueda permitir que un nombre que ya se utilice de buena fe a la vez para productos del tabaco y para otros bienes o servicios que hayan sido comercializados u ofrecidos por una misma empresa o por empresas distintas antes del 30 de julio de 1998, pueda utilizarse para la publicidad de los otros bienes o servicios.

Sin embargo, dicho nombre sólo podrá utilizarse bajo un aspecto claramente distinto del del producto del tabaco y siempre que no lleve ningún otro elemento distintivo ya usado para un producto del tabaco.

3. a) Los Estados miembros velarán por que ningún producto del tabaco lleve el nombre, la marca, el símbolo o cualquier otro elemento distintivo de cualquier otro bien o servicio, salvo que dicho producto del tabaco estuviera ya comercializado con ese nombre, marca, símbolo o cualquier otro elemento distintivo en la fecha establecida en el apartado 1 del artículo 6.
- b) La prohibición establecida en el apartado 1 no podrá eludirse respecto de ningún bien o servicio que se introduzca en el mercado a partir de la fecha fijada en el apartado 1 del artículo 6 mediante la utilización de nombres, marcas, símbolos u otros elementos distintivos ya utilizados para un producto del tabaco.

A tal fin, la presentación del nombre, marca, símbolo o cualquier otro elemento distintivo del bien o servicio deberá ser claramente diferente de la utilizada para el producto del tabaco.



II. Normativa internacional

4. Queda prohibida la distribución gratuita cuyo objeto o efecto directo o indirecto sea la promoción de un producto del tabaco.
5. La presente Directiva no se aplicará:
 - a las comunicaciones destinadas exclusivamente a los profesionales que intervienen en el comercio del tabaco,
 - a la presentación de los productos del tabaco puestos a la venta ni a los carteles indicadores de sus precios en los puntos de venta de tabaco,
 - a la publicidad destinada al comprador en establecimientos especializados en la venta de productos de tabaco o en los escaparates de éstos o, cuando se trate de establecimientos de venta de artículos o servicios varios, en los emplazamientos destinados a la venta de productos del tabaco; tampoco afectará a los puntos de venta que, en Grecia, están sujetos a un sistema particular de concesión de licencias por razones de carácter social (denominados «periptera»),
 - a la venta de publicaciones que contengan publicidad de productos del tabaco editadas e impresas en países terceros, siempre que dichas publicaciones no estén destinadas principalmente al mercado comunitario.

Artículo 4.

Los Estados miembros velarán por que existan medios adecuados y eficaces para garantizar y controlar la aplicación de las disposiciones nacionales que se hayan adoptado en el marco de la presente Directiva. Entre estos medios podrán figurar disposiciones que permitan a las personas u organizaciones que, según la legislación nacional, tengan un interés legítimo en la retirada de publicidad incompatible con la presente Directiva, entablar acciones judiciales contra dicha publicidad o dirigirse a un órgano administrativo competente para que se pronuncie sobre las demandas o incoe las diligencias judiciales oportunas.

Artículo 5.

La presente Directiva no afectará a la facultad de los Estados miembros de establecer, dentro de los límites del Tratado, requisitos más estrictos con respecto a la publicidad o al patrocinio de productos del tabaco, cuando los consideren necesarios para proteger la salud de las personas.

Artículo 6.

1. Los Estados miembros pondrán en vigor las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas necesarias para dar cumplimiento a lo establecido en la presente Directiva a más tardar el 30 de julio de 2001. Los Estados miembros informarán inmediatamente de ello a la Comisión.

Cuando los Estados miembros adopten dichas disposiciones, éstas incluirán una referencia a la presente Directiva o irán acompañadas de dicha referencia en su publicación oficial. Los Estados miembros establecerán las modalidades de la mencionada referencia.

2. Los Estados miembros comunicarán a la Comisión el texto de las principales disposiciones de Derecho interno que adopten en el ámbito regulado por la presente Directiva.



II. Normativa internacional

3. Los Estados miembros podrán aplazar la puesta en aplicación del apartado 1 del artículo 3,
- en un año respecto de la prensa escrita,
 - en dos años respecto del patrocinio.

En casos excepcionales y por razones debidamente justificadas, los Estados miembros podrán seguir autorizando el patrocinio ya existente de acontecimientos o actividades organizados a escala mundial durante un período adicional de tres años que, en cualquier caso, deberá concluir a más tardar el 1 de octubre de 2006, siempre que:

- las sumas dedicadas a dicho patrocinio vayan disminuyendo durante el período transitorio,
- se establezcan medidas de limitación voluntaria para reducir la visibilidad de la publicidad en dichos acontecimientos o actividades.

Artículo 7.

A más tardar el 30 de julio de 2001 y posteriormente cada dos años, la Comisión presentará al Parlamento Europeo, al Consejo y al Comité Económico y Social un informe sobre la aplicación de la presente Directiva, en particular sobre la aplicación y los efectos de los apartados 2 y 3 del artículo 3 y del apartado 3 del artículo 6, acompañado, en su caso, de propuestas para adaptar la presente Directiva a la evolución de la situación que se refleje en los mencionados informes. Esta adaptación no afectará a los plazos establecidos en el apartado 3 del artículo 6.

Artículo 8.

La presente Directiva entrará en vigor el día de su publicación en el *Diario Oficial de las Comunidades Europeas*.

Artículo 9.

Los destinatarios de la presente Directiva serán los Estados miembros.

Hecho en Bruselas, el 6 de julio de 1998.

Por el Parlamento Europeo
El Presidente
J. M. GIL-ROBLES

Por el Consejo
El Presidente
R. EDLINGER

(1) DOC 129 de 21.5.1992, p. 5.

(2) DOC 313 de 30.11.1992, p. 27.

(3) Dictamen del Parlamento Europeo de 11 de febrero de 1992 (DOC 67 de 16.3.1992, p. 35), confirmado el 3 de diciembre de 1993 en virtud del procedimiento del artículo 189 B; Posición común del Consejo de 12 de febrero de 1998 (DOC 91 de 26.3.1998, p. 34) y Decisión del Parlamento Europeo de 13 de mayo de 1998 (DOC 167 de 1.6.1998); Decisión del Consejo de 22 de junio de 1998.

(4) DOL 359 de 8.12.1989, p. 1. Directiva modificada por la Directiva 92/41/CEE (DOL 158 de 11.6.1992, p.30).

(5) DOL 137 de 30.5.1990, p. 36.

(6) DOL 113 de 30.4.1992, p. 13.

(7) DOL 298 de 17.10.1989, p. 23; Directiva cuya última modificación la constituye la Directiva 97/36/CE del Parlamento Europeo y del Consejo (DOL 202 de 30.7.1997, p. 60).

