

Bryssel den 27 juli 2005

Förbudet mot tobaksreklam träder i kraft den 31 juli

Markos Kyprianou, kommissionsledamot med ansvar för hälsa och konsumentskydd, uttryckte idag sin tillfredsställelse över att EU:s direktiv om tobaksreklam träder i kraft den 31 juli. Direktivet antogs av Europaparlamentet och rådet 2003 (se [IP/02/1788](#)), och förbjuder tobaksreklam i tryckta medier, i radio och på Internet. I direktivet förbjuds också tobakssponsring av gränsöverskridande kultur- eller sportevenemang. Även om de flesta av EU:s medlemsstater antingen redan antagit eller håller på att anta de lagar som krävs, är det inte säkert att alla kommer att ha gjort det till den 31 juli. Oberoende av detta har Europeiska kommissionen antagit en rapport om tillämpningen av direktivet om tobaksvaror.

Kommissionsledamot Kyprianou kommenterade genomförandet av direktivet om tobaksreklam på följande sätt: "Att förbjuda tobaksreklam är ett av de mest effektiva sätten att bekämpa rökningen. Det här direktivet kommer att rädda liv och leda till att färre européer drabbas av sjukdomar som är relaterade till rökning."

Enligt Världsbankens rapport¹ kan förbud mot tobaksreklam minska rökningen med upp till 7 %. Världshälsoorganisationens ramkonvention om tobaks kontroll, som EU nyligen ratificerat (se [MEX/05/0630](#)), har bl.a. som mål att uppnå ett världsomfattande förbud mot reklam för, marknadsföring av och sponsring till förmån för tobaksvaror. Varje år dör omkring 650 000 människor i EU av rökrelaterade sjukdomar, så även en relativt liten minskning av antalet rökare kan rädda tusentals liv.

Direktivet om tobaksreklam från 2003 gäller endast reklam och sponsring med gränsöverskridande verkan. Reklam på bio och på affischer och skyltar eller produkter (t.ex. askfat eller parasoller) omfattas därför inte av förbudet. Inte heller tobakssponsring av rent lokala evenemang med deltagare från endast en medlemsstat omfattas av direktivet.

Tobaksreklam i TV har varit förbjudet i EU sedan i början av 1990-talet och regleras av direktivet om television utan gränser.

Direktivet från 2003 antogs genom att EU utnyttjade sin rätt att reglera den inre marknaden. Medlemsstaternas olika nationella bestämmelser om tobaksreklam och tobakssponsring uppfattades under 1990-talet som ett hinder för den fria rörligheten för varor och därtill knutna tjänster mellan medlemsstaterna. År 1998 försökte EU lösa detta problem genom att anta ett direktiv som förbjöd all form av tobaksreklam och tobakssponsring.

¹ Världsbankens rapport *Curbing the epidemic - Governments and the Economics of Tobacco Control*, 1999.

Direktivet upphävdes dock av EG-domstolen 2001. Domstolen slog fast att EU inte hade befogenhet att införa ett totalförbud, men fastställde samtidigt att EU hade rätt att införa ett mer begränsat förbud mot tobaksreklam och tobakssponsring. Direktivet från 2003 respekterar de begränsningar som domstolen fastställde i sin dom från 2001.

Tobaksrapporten

I rapporten om tillämpningen av direktivet om tobaksvaror konstateras att direktivets bestämmelser om hälsovarningar och högsta tillåtna halter av tjära, nikotin och kolmonoxid följs. De offentliga myndigheterna har emellertid inte en komplett bild av vilka ingredienser som används i cigaretter, hur de fungerar och vilka effekter de har på konsumenterna. Detta beror först och främst på att tobaksföretagen inte lämnar ut fullständiga uppgifter. Till hösten inleds ett samråd om hur reglerna om utlämning av uppgifter om tillsatser ska bli mer effektiva.

Se också [MEMO/05/274](#)