

Informations de base	
2001/0119(COD) COD - Procédure législative ordinaire (ex-procedure codécision) Règlement	Procédure terminée
Publicité et parrainage en faveur des produits du tabac Abrogation Directive 98/43/EC 1989/0194(COD) Subject 4.20.03 Toxicomanie, alcoolisme et tabagisme 4.60.02 Information du consommateur, publicité, étiquetage	

Acteurs principaux				
Parlement européen	Commission au fond		Rapporteur(e)	Date de nomination
	JURI	Juridique et marché intérieur	MEDINA ORTEGA Manuel (PSE)	10/07/2001
	Commission pour avis		Rapporteur(e) pour avis	Date de nomination
	ENVI	Environnement, santé publique, politique des consommateurs (Commission associée)	MALLIORI Minerva Melpomeni (PSE)	26/06/2001
	CULT	Culture, jeunesse, éducation, médias et sports	La commission a décidé de ne pas donner d'avis.	
Conseil de l'Union européenne	Formation du Conseil		Réunions	Date
	Emploi, politique sociale, santé et consommateurs		2470	2002-12-02
	Transports, télécommunications et énergie		2499	2003-03-27
	Agriculture et pêche		2419	2002-03-18
	Santé		2384	2001-11-15
	Santé		2440	2002-06-26
Commission européenne	DG de la Commission		Commissaire	
	Santé et sécurité alimentaire			

Evénements clés

Date	Événement	Référence	Résumé
30/05/2001	Publication de la proposition législative	COM(2001)0283 	Résumé
05/07/2001	Annonce en plénière de la saisine de la commission, 1ère lecture		
15/11/2001	Débat au Conseil		Résumé
18/03/2002	Débat au Conseil		Résumé
26/06/2002	Débat au Conseil		
08/10/2002	Vote en commission, 1ère lecture		Résumé
08/10/2002	Dépôt du rapport de la commission, 1ère lecture	A5-0344/2002	
18/11/2002	Débat en plénière		
20/11/2002	Décision du Parlement, 1ère lecture	T5-0550/2002	Résumé
28/11/2002	Publication de la proposition législative modifiée	COM(2002)0699 	Résumé
27/03/2003	Adoption de l'acte par le Conseil après la 1ère lecture du Parlement		
26/05/2003	Signature de l'acte final		
26/05/2003	Fin de la procédure au Parlement		
20/06/2003	Publication de l'acte final au Journal officiel		

Informations techniques	
Référence de la procédure	2001/0119(COD)
Type de procédure	COD - Procédure législative ordinaire (ex-procedure codécision)
Sous-type de procédure	Note thématique
Instrument législatif	Règlement
Modifications et abrogations	Abrogation Directive 98/43/EC 1989/0194(COD)
Base juridique	Traité CE (après Amsterdam) EC 055 Traité CE (après Amsterdam) EC 095 Traité CE (après Amsterdam) EC 047-p2 Règlement du Parlement EP 57_o
État de la procédure	Procédure terminée

Portail de documentation				
Parlement Européen				
Type de document	Commission	Référence	Date	Résumé
Rapport déposé de la commission, 1ère lecture/lecture unique		A5-0344/2002	08/10/2002	
Texte adopté du Parlement, 1ère lecture/lecture unique		T5-0550/2002 JO C 025 29.01.2004, p. 0027-0187 E	20/11/2002	Résumé
Commission Européenne				

Type de document	Référence	Date	Résumé	
Document de base législatif	COM(2001)0283  JO C 270 25.09.2001, p. 0097 E	30/05/2001	Résumé	
Proposition législative modifiée	COM(2002)0699 	28/11/2002	Résumé	
Document de suivi	COM(2008)0330 	28/05/2008	Résumé	
Autres Institutions et organes				
Institution/organe	Type de document	Référence	Date	Résumé
EESC	Comité économique et social: avis, rapport	CES1328/2001 JO C 036 08.02.2002, p. 0104	17/10/2001	

Informations complémentaires		
Source	Document	Date
Commission européenne	EUR-Lex	

Acte final
Directive 2003/0033 JO L 152 20.06.2003, p. 0016-0019 Résumé

Publicité et parrainage en faveur des produits du tabac

2001/0119(COD) - 15/11/2001

Le Conseil a tenu un débat d'orientation sur la proposition de directive. Cette nouvelle proposition vise à remplacer une directive antérieure (98/43/CE) sur le même sujet, qui a été annulée par la Cour de Justice le 5 octobre 2000 au motif que certaines dispositions n'étaient pas en conformité avec la base juridique en vertu de laquelle elle avait été adoptée. Le débat du Conseil a porté principalement sur le champ d'application de la proposition en tenant compte de l'arrêt rendu par la Cour de Justice. Le Conseil a invité le Comité des Représentants Permanents à poursuivre l'examen de la proposition dans l'attente de l'avis du Parlement européen en première lecture.

Publicité et parrainage en faveur des produits du tabac

2001/0119(COD) - 30/05/2001 - Document de base législatif

OBJECTIF : réglementer la publicité en faveur des produits du tabac et le parrainage dans ce domaine (à l'exception de la publicité télévisée déjà couverte par d'autres réglementations communautaires). **CONTENU** : La proposition de directive a pour objet le rapprochement des dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres en matière de publicité en faveur des produits du tabac ainsi que la promotion de ces produits : - dans les journaux et autres publications, - dans les émissions radiodiffusées, - dans les services de la société de l'information, - par le biais du parrainage dans le domaine du tabac, y compris la distribution gratuite de produits du tabac. Elle vise à assurer la libre circulation des médias concernés et des services apparentés et à supprimer les obstacles au fonctionnement du marché intérieur. Elle est destinée à remplacer la directive 98/43/CE du 6 juillet 1998 qui a été annulée par la Cour de justice des Communautés européennes. La présente proposition ne traite pas de questions telles que la publicité indirecte, le suivi des dépenses publicitaires des entreprises de tabac ou la vente par des distributeurs automatiques, qui seront examinées dans le cadre d'une proposition de recommandation du Conseil actuellement en préparation.

Publicité et parrainage en faveur des produits du tabac

2001/0119(COD) - 26/05/2003 - Acte final

OBJECTIF : rapprocher les dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres en matière de publicité en faveur des produits du tabac ainsi que la promotion de ces produits. MESURE DE LA COMMUNAUTÉ : Directive 2003/33/CE du Parlement européen et du Conseil concernant le rapprochement des dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres en matière de publicité et de parrainage en faveur des produits du tabac. CONTENU : conformément à l'accord politique dégagé les 2 et 3 décembre 2002, la directive a été adoptée moyennant l'ajout de deux amendements introduits par le Parlement européen. La délégation allemande et la délégation du Royaume-Uni ont voté contre. La directive a pour objet d'harmoniser certaines réglementations nationales sur la publicité en faveur du tabac dans les médias imprimés, les émissions radiodiffusées et les services de l'information, ainsi que sur les activités de parrainage de manifestations ayant un effet transfrontalier et visant à promouvoir les produits du tabac, tout en assurant la libre circulation des médias concernés et en visant la suppression des obstacles au fonctionnement du marché intérieur. En outre, elle vise à interdire, à quelques exceptions limitées près, la publicité et le parrainage en faveur des produits du tabac dans les secteurs et les circonstances précités. Elle est destinée à remplacer la directive 98/43/CE, annulée par la Cour de justice le 5 octobre 2000 au motif que certaines de ses dispositions ne correspondent pas à la base juridique justifiant son adoption, à savoir l'article 95 du traité (rapprochement des dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres qui ont pour objet l'établissement et le fonctionnement du marché intérieur). Elle fait fond sur les dispositions pertinentes en matière de publicité télévisuelle et de parrainage en faveur des produits du tabac de la directive 97/36/CE relative à l'exercice d'activités de radiodiffusion télévisuelle (appelée la directive "Télévision sans frontières"). ENTRÉE EN VIGUEUR : 20/06/2003 MISE EN OEUVRE : 31/07/2005

Publicité et parrainage en faveur des produits du tabac

2001/0119(COD) - 20/11/2002 - Texte adopté du Parlement, 1ère lecture/lecture unique

En adoptant un rapport de M. Manuel MEDINA ORTEGA (PSE, E) par 311 voix pour, 202 contre et 39 abstentions, le Parlement européen a rejeté tous les amendements proposés par la commission juridique, à l'exception d'un seul, approuvant ainsi pleinement la proposition de la Commission en vue d'une nouvelle directive pour rapprocher les législations des États membres et imposer une interdiction partielle de la publicité et du parrainage des produits du tabac qui devrait s'appliquer à partir du 1er août 2005. Il faut rappeler que la commission juridique avait adopté plusieurs amendements à la proposition de la Commission, en particulier dans l'intention de limiter l'objectif de la nouvelle directive seulement au cas qui ont "des effets transfrontaliers significatifs". Cette approche a été totalement repoussée par la plénière qui a donné un appui total à la proposition de la Commission. Le Parlement a également adopté un amendement qui clarifie le fait que les formes de publicité telles que la publicité indirecte et le parrainage de manifestations ou activités sans effets transfrontaliers, ne sont pas couvertes par la directive. Les États membres restent compétents pour réglementer ces questions dans la mesure qu'ils jugent nécessaires pour garantir la protection de la santé humaine.

Publicité et parrainage en faveur des produits du tabac

2001/0119(COD) - 28/11/2002 - Proposition législative modifiée

La proposition modifiée de la Commission européenne retient deux amendements adoptés par le Parlement européen à la position commune. Ces amendements visent à : - supprimer le texte prévoyant l'élaboration de nouvelles propositions destinées à lever d'autres obstacles éventuels au bon fonctionnement du marché intérieur. La Commission admet qu'elle conserve son droit d'initiative, conformément au traité, même si le texte ne contient aucune disposition l'habilitant expressément à présenter de nouvelles propositions; - clarifier le texte en insérant un considérant qui délimite bien le champ d'application de la directive et rappelle que les États membres restent habilités à réglementer certaines matières non régies par la directive lorsqu'ils le jugent nécessaire pour assurer la protection de la santé des personnes.

Publicité et parrainage en faveur des produits du tabac

2001/0119(COD) - 18/03/2002

Le Conseil est parvenu à un accord politique à la majorité qualifiée, les délégations danoise et suédoise votant contre, la délégation britannique s'abstenant, sur la proposition de règlement, sur la base d'une suggestion de compromis de la Présidence. Ce compromis est assorti d'une déclaration de la Commission à inscrire au procès-verbal, à laquelle se sont jointes les délégations allemande, néerlandaise et britannique. Les principaux éléments du compromis sont les suivants : - inclusion d'une référence dans le considérant n° 5 à l'article 152 du Traité - exigence d'un haut niveau de protection de la santé publique - et d'une référence dans le considérant n° 6 aux missions du Fonds Communautaire du Tabac ainsi qu'à son financement ; - Fonds Communautaire du Tabac : la retenue prévue pour financer le Fonds est fixée à 2% de la prime pour la récolte 2002, 3% pour la récolte 2003 ; cette retenue pourra être relevée jusqu'à 5% pour la récolte 2004 sur la base d'un rapport de la Commission à présenter avant le 31 décembre 2003 sur l'utilisation des crédits du Fonds, accompagné le cas échéant d'une proposition en ce sens ; - système d'enchères : ce système pourra s'appliquer aux contrats des groupements de producteurs qui souhaitent y participer ; - réserve nationale de quotas : les États membres producteurs pourront créer leur réserve nationale de quotas. Le règlement fera l'objet d'une adoption formelle sans débat lors d'un prochain Conseil.

Publicité et parrainage en faveur des produits du tabac

2001/0119(COD) - 02/12/2002

Le Conseil est parvenu à un accord politique sur la proposition de directive, la délégation allemande et la délégation du Royaume-Uni votant contre. La directive sera adoptée lors d'une prochaine session du Conseil après mise au point définitive du texte, qui reprend la proposition initiale de la Commission et auquel ont été ajoutés les deux amendements votés par le Parlement européen.

Publicité et parrainage en faveur des produits du tabac

2001/0119(COD) - 28/05/2008 - Document de suivi

La Commission a présenté un rapport sur la mise en œuvre de la directive relative à la publicité en faveur du tabac (2003/33/CE). Tous les États membres ont entièrement transposé la directive. La Commission n'a eu connaissance d'aucune lacune en matière de transposition au niveau législatif. Compte tenu du peu de temps écoulé depuis la transposition de la directive, et notamment des retards observés dans certains États membres, il est trop tôt pour évaluer l'efficacité du texte dans le domaine de la santé publique. Toutefois, la Commission estime que l'interdiction transfrontalière globale de la publicité introduite par la directive devrait contribuer à réduire la prévalence du tabagisme dans l'Union européenne à long terme.

Médias imprimés : en général, l'interdiction de la publicité en faveur du tabac dans les médias imprimés est respectée. Les publicités traditionnelles pour les marques de cigarettes semblent être absentes des publications destinées au grand public. Toutefois, les médias imprimés de l'Union européenne ne sont pas encore totalement exempts de publicité et de promotion en faveur du tabac. La publicité pour le tabac peut prendre la forme de références dans des articles de presse ou dans le contenu de médias imprimés. Des publicités ont été repérées dans des catalogues à certains points de vente. Enfin, des publicités pour le tabac apparaissent dans les images d'actualité (par exemple les manifestations sportives) de pays tiers où le parrainage de manifestations et d'activités par le secteur du tabac est toujours légal.

Services de la société de l'information : l'environnement virtuel est l'une des plateformes transfrontalières les plus courantes pour la publicité en faveur du tabac. Ainsi, l'achat de tabac sur Internet est devenu plus facile et plus courant. Un autre défi concerne le nombre d'intervenants dans l'environnement virtuel et leur identification. Presque tout le monde (citoyens, commerçants, organisations de fumeurs) peut produire un contenu publicitaire et promotionnel, le publier sur Internet et le mettre ainsi à la disposition du monde entier. Mais le défi principal réside dans la nature masquée de la publicité et dans la difficulté d'identifier et d'atteindre les personnes qui en sont à l'origine, en particulier lorsque les serveurs hébergeant le contenu publicitaire sont situés dans des pays tiers. En ce qui concerne les pays tiers, les lignes directrices et les décisions qui vont être prises lors de la troisième conférence des parties à la CCLAT devraient améliorer les échanges d'informations avec ces pays.

Questions relatives au parrainage : depuis la transposition de la directive, la Commission n'a pas observé de cas de parrainage direct de manifestations transfrontalières organisées dans l'UE. Cependant, différentes formes de parrainage indirect posent problème aux autorités d'application des États membres. Ainsi, les accords de parrainage dans le domaine du tabac n'ont pas complètement cessé dans l'UE. Ils revêtent plutôt des formes indirectes et plus insidieuses, qui posent problème aux autorités chargées d'appliquer l'interdiction dans les États membres. Des cas d'accords de vente exclusive et de distribution gratuite de produits du tabac à des jeunes au cours de festivals ont été rapportés. Des tentatives sont également faites pour rendre les produits du tabac plus séduisants en les associant à des manifestations, festivals, artistes célèbres, vedettes de cinéma et différents produits par divers moyens, comme des couleurs, des formes, des logos sans marque apparente, des emblèmes, des polices de caractères, des formules amusantes, des mots, des designs, des noms de marques modifiés ou d'autres campagnes. La publicité et le parrainage en faveur du tabac apparaissent toujours dans les reportages médiatiques provenant des pays tiers qui les autorisent. Des travaux doivent être menés au sein de la CCLAT afin de persuader les pays tiers d'adopter des interdictions globales du parrainage dans le domaine du tabac. Enfin, la promotion des entreprises reste utilisée comme méthode transfrontalière de promotion des produits du tabac. Il est nécessaire de rationaliser les moyens par lesquels les États membres traitent ce type de cas.

Sanctions : les mesures administratives prévues pour faire respecter les dispositions en vigueur sont utilisées avec succès. Les sanctions pénales ont un effet dissuasif et les procédures judiciaires ne sont nécessaires que dans quelques cas controversés.

Accès à la justice : l'application des dispositions en vigueur est assurée par des agences gouvernementales spécialisées, ainsi que par la fourniture aux organisations non gouvernementales d'un accès direct à la justice. La Commission n'a reçu aucune plainte concernant des difficultés d'accès à la justice dans les États membres en vue de la suppression de la publicité et du parrainage en faveur du tabac.

Application transfrontalière : la Commission explorera la possibilité de faire en sorte que le mécanisme d'application transfrontalière du règlement sur la coopération en matière de protection des consommateurs soit également applicable à la directive sur la publicité en faveur du tabac. Les États membres sont invités à désigner des bureaux de liaison chargés de la bonne application des dispositions en vigueur, à échanger des informations, à prendre toutes les mesures d'application nécessaires pour faire cesser les infractions et à répondre aux demandes de mesures d'application émanant d'autres États membres.

En conclusion, le rapport note que la directive est suffisamment large pour couvrir l'évolution des méthodes de publicité et de parrainage transfrontaliers en faveur du tabac. Par ailleurs, elle laisse une large marge discrétionnaire aux États membres en ce qui concerne son interprétation et son application. Il est donc nécessaire de continuer à rationaliser la surveillance et à fournir des orientations aux États membres de manière à éviter les divergences d'interprétation. Pour l'heure, la Commission ne voit pas la nécessité de proposer une modification de la directive.