

EL

EL

EL



ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΩΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΚΟΙΝΟΤΗΤΩΝ

Βρυξέλλες, 28.5.2008
COM(2008) 330 τελικό

**ΕΚΘΕΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΣΤΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ, ΣΤΟ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ
ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ
ΕΠΙΤΡΟΠΗ**

**Έκθεση σχετικά με την εφαρμογή της οδηγίας για τη διαφήμιση των προϊόντων καπνού
(2003/33/ΕΚ)**

**ΕΚΘΕΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΣΤΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ, ΣΤΟ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ
ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ
ΕΠΙΤΡΟΠΗ**

**Έκθεση σχετικά με την εφαρμογή της οδηγίας για τη διαφήμιση των προϊόντων καπνού
(2003/33/ΕΚ)**

1.	Εισαγωγή.....	4
2.	Ιστορικό.....	4
3.	Μεταφορά στο εθνικό δίκαιο των κρατών μελών.....	5
4.	Εφαρμογή από τα κράτη μέλη	6
4.1.	Έντυπα μέσα μαζικής ενημέρωσης.....	6
4.1.1.	Ο όρος «έντυπα μέσα»	6
4.1.2.	Μεταφορά στο εθνικό δίκαιο των κρατών μελών.....	7
4.1.3.	Εφαρμογή	7
4.2.	Υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας.....	8
4.2.1.	Μεταφορά στο εθνικό δίκαιο των κρατών μελών.....	8
4.2.2.	Εφαρμογή	8
4.3.	Ζητήματα χορηγίας	10
4.3.1.	Μεταφορά στο εθνικό δίκαιο	10
4.3.2.	Χορηγία εκδηλώσεων	10
4.3.3.	Προώθηση των προϊόντων καπνού σε ταινίες	11
4.3.4.	Εταιρική προώθηση	11
4.4.	Κυρώσεις.....	12
4.5.	Πρόσβαση στη δικαιοσύνη	12
4.5.1.	Μεταφορά στο εθνικό δίκαιο των κρατών μελών.....	12
4.5.2.	Εφαρμογή	13
4.6.	Διασυνοριακή επιβολή	13
5.	Συμπεράσματα	14

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Σύμφωνα με το άρθρο 6 της οδηγίας για τη διαφήμιση των προϊόντων καπνού¹ (στο εξής «η οδηγία»), η παρούσα έκθεση για την εφαρμογή της οδηγίας υποβάλλεται από την Επιτροπή στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο και την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή.

Η οδηγία δεν προβλέπει τη σύσταση επιτροπής που θα επικουρούσε την Επιτροπή στην παρακολούθηση, την ανταλλαγή πληροφοριών ή τη συνεργασία για την εφαρμογή της οδηγίας μεταξύ των κρατών μελών και της Επιτροπής. Όσον αφορά την ανταλλαγή πληροφοριών για την εφαρμογή της οδηγίας, η Επιτροπή συγκρότησε μια άτυπη ομάδα αξιωματούχων-συνδέσμων για τη διαφήμιση των προϊόντων καπνού.

Από τις συζητήσεις που έγιναν στο πλαίσιο της ομάδας φαίνεται ότι οι αρχές των κρατών μελών που είναι αρμόδιες για την επιβολή και τον έλεγχο της εφαρμογής επιθυμούν να διαθέτουν ένα φόρουμ για την ανταλλαγή πληροφοριών και βέλτιστων πρακτικών σχετικά με την εφαρμογή της οδηγίας. Μετά την εκπονή της προθεσμίας για τη μεταφορά της οδηγίας στο εθνικό δίκαιο (31 Ιουλίου 2005), η ομάδα συνεδρίασε τέσσερις φορές.

Η παρούσα έκθεση βασίζεται στις πληροφορίες που έλαβε η Επιτροπή, μέσω της προαναφερόμενης ομάδας, από πολίτες και από μη κυβερνητικές οργανώσεις, καθώς και από τις αρμόδιες αρχές των κρατών μελών, και σε παρατηρήσεις των υπηρεσιών της Επιτροπής.

Λόγω του μικρού χρονικού διαστήματος που μεσολάβησε από τη μεταφορά της οδηγίας στο εθνικό δίκαιο, λαμβανομένων υπόψη και των καθυστερήσεων ως προς τη μεταφορά αυτή σε ορισμένα κράτη μέλη, είναι πολύ νωρίς για να αξιολογηθεί η αποτελεσματικότητα της οδηγίας στον τομέα της δημόσιας υγείας. Ωστόσο, αναμένεται ότι η ολική απαγόρευση των διασυννοριακών διαφημίσεων, την οποία επιβάλλει η οδηγία, θα βοηθήσει στη μείωση του επιπολασμού του καπνίσματος στην Ευρωπαϊκή Ένωση μακροπρόθεσμα, δεδομένου ότι αυτό είναι αναγνωρισμένο αποτέλεσμα της ολικής απαγόρευσης των διαφημίσεων των προϊόντων καπνού².

2. ΙΣΤΟΡΙΚΟ

Το πεδίο εφαρμογής της οδηγίας (2003/33/EK) απορρέει από το συμπέρασμα του Ευρωπαϊκού Δικαστηρίου σύμφωνα με το οποίο η ΕΕ νομιμοποιείται να επιβάλλει απαγόρευση μόνο για ορισμένες μορφές διαφήμισης και χορηγίας υπέρ των

¹ Οδηγία 2003/33/EK για την προσέγγιση των νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών μελών όσον αφορά τη διαφήμιση και τη χορηγία υπέρ των προϊόντων καπνού, ΕΕ L 152 της 20.6.2003, σ. 16.

² Βλέπε, για παράδειγμα, τη δημοσίευση της Παγκόσμιας Τράπεζας «Curbing the epidemic: Governments and the Economics of Tobacco Control, 1999» (Αναχαιτίζοντας την επιδημία: κυβερνήσεις και οικονομικές πτυχές της καταπολέμησης του καπνίσματος), σ. 50-51.

προϊόντων καπνού με διασυνοριακές προεκτάσεις βάσει του άρθρου 95 της συνθήκης ΕΚ (εσωτερική αγορά)³.

Η οδηγία ρυθμίζει θέματα σχετικά με τη διαφήμιση και τη χορηγία υπέρ των προϊόντων καπνού, τα οποία έχουν διασυνοριακές προεκτάσεις για τα μέσα ενημέρωσης πλην της τηλεόρασης. Στις 12 Δεκεμβρίου 2006 το Δικαστήριο επιβεβαίωσε την εγκυρότητα της οδηγίας⁴. Το Δικαστήριο αποφάνθηκε ότι πληρούνται οι όροι για την επιλογή του άρθρου 95 της συνθήκης ΕΚ ως νομικής βάσης. Συγκεκριμένα, το Δικαστήριο κατέληξε στο ότι η ελευθερία έκφρασης των δημοσιογράφων δεν θίγεται καθόλου και ότι, συνεπώς, τα μέτρα αυτά δεν αφορούν τα δημοσιογραφικά άρθρα ή σχόλια⁵.

Η διαφήμιση και η χορηγία υπέρ των προϊόντων καπνού στην τηλεόραση απαγορεύεται από την οδηγία σχετικά με την «τηλεόραση χωρίς σύνορα» (89/552/ΕΟΚ). Η εν λόγω οδηγία θα αντικατασταθεί από την οδηγία για τις υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων, η οποία εκδόθηκε τον Δεκέμβριο του 2007 και με την οποία επεκτείνεται το πεδίο εφαρμογής της απαγόρευσης σε όλες τις μορφές εμπορικών ανακοινώσεων με οπτικοακουστικά μέσα, συμπεριλαμβανομένης της τοποθέτησης προϊόντων⁶.

Στο πλαίσιο της σύμβασης-πλαisiού για την καταπολέμηση του καπνίσματος, η Ευρωπαϊκή Κοινότητα δραστηριοποιείται στον τομέα της εκπόνησης αυστηρών διεθνών κατευθυντήριων γραμμών για να προστατεύσει τον πληθυσμό της από τις διαφημίσεις των προϊόντων καπνού από τρίτες χώρες. Η ΕΚ είναι ένα από τα πιο δραστήρια μέλη της ομάδας εργασίας, αποστολή της οποίας είναι η σύνταξη ενός εμπειριστατωμένου σχεδίου κατευθυντήριων γραμμών για την εφαρμογή του άρθρου 13 της Σύμβασης⁷ και η διατύπωση των συστάσεων για τις βασικές συνιστώσες ενός πρωτοκόλλου για τη διασυνοριακή διαφήμιση, προώθηση και χορηγία, το οποίο θα συμπληρώνει τις κατευθυντήριες γραμμές.

3. ΜΕΤΑΦΟΡΑ ΣΤΟ ΕΘΝΙΚΟ ΔΙΚΑΙΟ ΤΩΝ ΚΡΑΤΩΝ ΜΕΛΩΝ

Η προθεσμία για τη θέση σε ισχύ των αναγκαίων νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων για τη συμμόρφωση με την οδηγία ήταν η 31η Ιουλίου 2005.

Τα περισσότερα κράτη μέλη τήρησαν την προθεσμία. Ωστόσο, ορισμένα κράτη μέλη δεν μετέφεραν την οδηγία εμπρόθεσμα και η Επιτροπή ξεκίνησε τη διαδικασία επί παραβάσει για τα εν λόγω κράτη μέλη. Τα εν λόγω κράτη μέλη ανακοίνωσαν, στη συνέχεια, τα μέτρα που έλαβαν για τη μεταφορά της οδηγίας στο εθνικό τους δίκαιο και η Επιτροπή τερμάτισε τις διαδικασίες το πρώτο εξάμηνο του 2006, εξαιρουμένης της διαδικασίας κατά της Γερμανίας, η οποία κοινοποίησε τα μέτρα μεταφοράς το Δεκέμβριο του 2006.

³ Υπόθεση C-376/98 Γερμανία κατά Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και Συμβουλίου, απόφαση της 5ης Οκτωβρίου 2000.

⁴ Υπόθεση C-380/03 Γερμανία κατά Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και Συμβουλίου, απόφαση της 12ης Δεκεμβρίου 2006.

⁵ Σκέψη 156 της απόφασης.

⁶ Οδηγία 2007/65/ΕΚ (ΕΕ L 332 της 18.12.2007, σ. 27).

⁷ Το άρθρο 13 της Σύμβασης ορίζει ότι τα συμβαλλόμενα μέρη υποχρεούνται να απαγορεύσουν ή να περιορίσουν τη διαφήμιση, την προώθηση και τη χορηγία υπέρ των προϊόντων καπνού.

Έτσι, έως το τέλος του 2006 όλα τα κράτη μέλη είχαν κοινοποιήσει τις νομοθετικές και κανονιστικές διατάξεις τους για τη μεταφορά της οδηγίας. Ωστόσο, από την εξέταση των μέτρων μεταφοράς προέκυψε ότι ορισμένα κράτη μέλη είχαν αρχικά προβλέψει εξαιρέσεις από την απαγόρευση της χορηγίας υπέρ των προϊόντων καπνού για ορισμένες σημαντικές εκδηλώσεις μεγάλου οικονομικού ενδιαφέροντος (όπως η Φόρμουλα 1 και το γκραν πρι μοτοσυκλέτας). Η Επιτροπή κίνησε αμέσως διαδικασία επί παραβάσει για τα εν λόγω κράτη μέλη. Επειδή όλα τα κράτη μέλη άλλαξαν ταχύτατα τη νομοθεσία τους ύστερα από την παρέμβαση της Επιτροπής, η Επιτροπή έκλεισε τις υποθέσεις αυτές.

Σε γενικές γραμμές, η απαγόρευση της διαφήμισης και της χορηγίας υπέρ των προϊόντων καπνού, όπως την εφαρμόζουν τα κράτη μέλη, έχει ευρύτερο πεδίο εφαρμογής και/ή είναι αυστηρότερη από την απαγόρευση που επιβάλλει η οδηγία. Εφαρμόζεται επίσης σε όλες τις δραστηριότητες σε τοπικό επίπεδο, όπως είναι η διαφήμιση σε κινηματογράφους ή σε σημεία πωλήσεων, η χορηγία όλων των εκδηλώσεων και η δωρεάν διανομή.

Η προσέγγιση αυτή συμβαδίζει με τη σύσταση του Συμβουλίου σχετικά με την πρόληψη του καπνίσματος και με διάφορες πρωτοβουλίες για την ενίσχυση της καταπολέμησής του⁸. Στην εν λόγω σύσταση καλούνται τα κράτη μέλη να απαγορεύσουν, σύμφωνα με τις εθνικές συνταγματικές τους αρχές, κάθε μορφή διαφήμισης, χορηγίας ή πρακτικών που αποσκοπούν άμεσα ή έμμεσα στην προώθηση των προϊόντων καπνού.

Όλα τα κράτη μέλη έχουν πλέον μεταφέρει την οδηγία στο εθνικό δίκαιο. Εξ όσων γνωρίζει η Επιτροπή, δεν υπάρχουν κενά ως προς τη μεταφορά της οδηγίας στη νομοθεσία των κρατών μελών.

4. ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΑΠΟ ΤΑ ΚΡΑΤΗ ΜΕΛΗ

4.1. Έντυπα μέσα μαζικής ενημέρωσης

4.1.1. Ο όρος «έντυπα μέσα»

Σύμφωνα με το άρθρο 3 παράγραφος 1 της οδηγίας, τα κράτη μέλη υποχρεούνται να απαγορεύσουν τη διαφήμιση των προϊόντων καπνού στον Τύπο και τα άλλα έντυπα μέσα. Υπάρχουν δύο εξαιρέσεις: έντυπα που προορίζονται για τους επαγγελματίες του εμπορίου καπνού και έντυπα που τυπώνονται και εκδίδονται σε τρίτες χώρες, εφόσον η κοινοτική αγορά δεν είναι ο κύριος προορισμός των εντύπων αυτών.

Το Δικαστήριο αποφάνθηκε ότι ο όρος «έντυπα μέσα» που χρησιμοποιείται στο άρθρο 3 παράγραφος 1 της οδηγίας καλύπτει εφημερίδες και παντός τύπου περιοδικά. Το Δικαστήριο τόνισε ότι το σκεπτικό του άρθρου 3 παράγραφος 1 είναι να εξασφαλίζει την ελεύθερη κυκλοφορία τέτοιων μέσων σε όλη την εσωτερική αγορά και ότι, συνεπώς, είναι ανάγκη να περιοριστεί η διαφήμιση των προϊόντων καπνού σε εκείνα τα περιοδικά που δεν προορίζονται για το ευρύ κοινό (τέταρτη αιτιολογική σκέψη της οδηγίας). Κατά συνέπεια, η απαγόρευση δεν καλύπτει τα

⁸ Σύσταση αριθ. 2003/54/EK, ΕΕ L 22 της 25.1.2003, σ. 31.

ενημερωτικά δελτία που εκδίδουν οι τοπικοί σύλλογοι, τα προγράμματα πολιτιστικών εκδηλώσεων, τις αφίσες, τους τηλεφωνικούς καταλόγους και τα διάφορα διαφημιστικά και ενημερωτικά φυλλάδια⁹.

4.1.2. *Μεταφορά στο εθνικό δίκαιο των κρατών μελών*

Τα κράτη μέλη έχουν πλήρως μεταφέρει το άρθρο 3 παράγραφος 1 της οδηγίας. Τα περισσότερα κράτη μέλη το πέτυχαν με μια γενική απαγόρευση που καλύπτει όλες τις μορφές διαφήμισης, προώθησης και χορηγίας υπέρ των προϊόντων καπνού. Συνεπώς, στα περισσότερα κράτη μέλη η απαγόρευση καλύπτει και έντυπα τοπικού χαρακτήρα και έχει, κατά συνέπεια, ευρύτερο πεδίο εφαρμογής από ό,τι στο άρθρο 3 παράγραφος 1.

Όλα τα κράτη μέλη εφαρμόζουν επίσης τις δύο εξαιρέσεις που επιτρέπει το άρθρο 3 παράγραφος 1 της οδηγίας.

4.1.3. *Εφαρμογή*

Γενικά, υπάρχει συμμόρφωση με την απαγόρευση της διαφήμισης των προϊόντων καπνού στα έντυπα μέσα. Οι παραδοσιακές διαφημίσεις για μάρκες τσιγάρων φαίνεται να απουσιάζουν από τα έντυπα που απευθύνονται στο ευρύ κοινό. Ωστόσο, τα έντυπα μέσα στην ΕΕ δεν έχουν απαλλαγεί τελείως από τη διαφήμιση και την προώθηση των προϊόντων καπνού.

Η διαφήμιση των προϊόντων καπνού μπορεί να πάρει τη μορφή αναφορών μέσα σε άρθρα που δημοσιεύονται στον Τύπο και στο περιεχόμενο των έντυπων μέσων. Η πείρα δείχνει ότι τέτοιου είδους αναφορές μπορεί να είναι συμπτωματικές ή εσκεμμένες. Για παράδειγμα, λογότυποι με το σήμα προϊόντων καπνού είχαν τοποθετηθεί στο φόντο φωτογραφιών μόδας σε ένα περιοδικό μόδας. Σύμβολα μάρκας τσιγάρων με αντεστραμμένα χρώματα, καθώς και γραφιστικοί λογότυποι προϊόντων καπνού χρησιμοποιούνταν δίπλα στο κείμενο. Αυτό σημαίνει ότι στις εν λόγω περιπτώσεις η εμφάνιση, σε δεύτερο επίπεδο, λογότυπων με το σήμα προϊόντων καπνού ήταν εσκεμμένη και όχι τυχαία.

Επιπλέον, εντοπίστηκαν κατά καιρούς διαφημίσεις προϊόντων καπνού σε καταλόγους σε ορισμένα σημεία πωλήσεων. Τυπικά παραδείγματα είναι οι κατάλογοι των αφορολόγητων καταστημάτων σε πλοία διασυνοριακών διαδρομών και σε έντυπα αεροπλάνων.

Επιπλέον, οι διαφημίσεις προϊόντων καπνού είναι συχνά εμφανείς σε εικόνες από ειδησεογραφικά δελτία από τρίτες χώρες (για παράδειγμα, από αθλητικές εκδηλώσεις) όπου η χορηγία εκδηλώσεων και δραστηριοτήτων από τις καπνοβιομηχανίες είναι ακόμη νόμιμη. Το μέγεθος του προβλήματος εξαρτάται από το πόσο καλά τα μέρη της σύμβασης-πλαίσιου για την καταπολέμηση του καπνίσματος εφαρμόζουν την ολική απαγόρευση για τη διαφήμιση, την προώθηση και τη χορηγία υπέρ των προϊόντων καπνού στις διάφορες εκδηλώσεις, σύμφωνα με το άρθρο 13 της συμφωνίας-πλαίσιου. Η Επιτροπή συμμετέχει ενεργά στις διεθνείς προσπάθειες για την ταχεία και αποτελεσματική εφαρμογή του εν λόγω άρθρου.

⁹ Υπόθεση C-380/03 Γερμανία κατά Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και Συμβουλίου, σκέψεις 84-86.

Η οδηγία εξαιρεί τα έντυπα που προορίζονται αποκλειστικά για τους επαγγελματίες του εμπορίου καπνού. Η Επιτροπή έχει ενημερωθεί για τις διαφημίσεις που καταχωρίζουν ορισμένες καπνοβιομηχανίες σε περιοδικά που απευθύνονται σε επιχειρήσεις υποδοχής κοινού (ξενοδοχεία, εστιατόρια, καφέ, μπαρ κ.τ.λ.), ισχυριζόμενες ότι τα περιοδικά αυτά προορίζονται για άτομα που εργάζονται στο εμπόριο καπνού.

Σε γενικές γραμμές, η εφαρμογή του άρθρου 3 παράγραφος 1 της οδηγίας είναι ικανοποιητική: δεν έχουν αναφερθεί στην Επιτροπή περιπτώσεις δημοσίευσης παραδοσιακών διαφημίσεων τσιγάρων στον Τύπο και άλλα έντυπα μέσα με την έννοια του άρθρου 3 παράγραφος 1 της οδηγίας.

4.2. Υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας

4.2.1. Μεταφορά στο εθνικό δίκαιο των κρατών μελών

Το άρθρο 3 παράγραφος 2 της οδηγίας επεκτείνει την απαγόρευση διαφήμισης προϊόντων καπνού στις υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας¹⁰. Με άλλα λόγια, τα κράτη μέλη οφείλουν επίσης να απαγορεύσουν τις διαφημίσεις προϊόντων καπνού στις υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας, διατηρώντας τις ίδιες εξαιρέσεις με εκείνες που αφορούν τα έντυπα μέσα (δημοσιεύσεις που προορίζονται αποκλειστικά για τους επαγγελματίες του εμπορίου καπνού· έντυπα που τυπώνονται και εκδίδονται σε τρίτες χώρες, εφόσον η κοινοτική αγορά δεν είναι ο κύριος προορισμός των εντύπων αυτών).

Τα κράτη μέλη έχουν μεταφέρει την υποχρέωση αυτή είτε θεσπίζοντας τη γενική απαγόρευση είτε εισάγοντας μια ειδική απαγόρευση που καλύπτει τις υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας.

Τα περισσότερα κράτη μέλη εφαρμόζουν επίσης τις ανωτέρω εξαιρέσεις του άρθρου 3 παράγραφος 1 στο υλικό που δημοσιεύεται στο Διαδίκτυο.

4.2.2. Εφαρμογή

Το εικονικό περιβάλλον είναι η πιο συνηθισμένη διασυνοριακή πλατφόρμα για τη διαφήμιση των προϊόντων καπνού και η μεγαλύτερη πρόκληση για την αποτελεσματική εφαρμογή της απαγόρευσης της διαφήμισης προϊόντων καπνού στην ΕΕ. Η ταχύτατη εξέλιξη των τεχνολογιών της επικοινωνίας διευκολύνει την επιβίωση πολλών μορφών διαφήμισης και χορηγίας υπέρ των προϊόντων καπνού. Το πρόβλημα είναι επίσης γνωστό σε τομείς όπως η παιδική πορνογραφία, το εμπόριο όπλων και η τρομοκρατία.

Στοιχεία από τη διαφήμιση και την προώθηση προϊόντων καπνού παρεισφρέουν τακτικά σε διάφορα περιεχόμενα ψηφιακών μέσων, συμπεριλαμβανομένων των

¹⁰ Στο άρθρο 2 στοιχείο δ) της οδηγίας 2003/33/EK ορίζονται οι υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας ως «οι υπηρεσίες κατά την έννοια του άρθρου 1 παράγραφος 2 της οδηγίας 98/34/EK», ΕΕ L 204 της 21.7.1998, σ. 37, οδηγία όπως τροποποιήθηκε με την οδηγία 98/48/EK, ΕΕ L 217 της 5.8.1998, σ. 18. Στην οδηγία 98/48/EK οι υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας ορίζονται ως «κάθε υπηρεσία που συνήθως παρέχεται έναντι αμοιβής, με ηλεκτρονικά μέσα εξ αποστάσεως και κατόπιν προσωπικής επιλογής ενός αποδέκτη υπηρεσιών».

πωλήσεων προϊόντων καπνού στο Διαδίκτυο και εξειδικευμένων εφαρμογών των επικοινωνιών που λειτουργούν σε εικονικό περιβάλλον. Επιπροσθέτως, υλικό προώθησης που σχεδιάστηκε αρχικά για άλλα μέσα -όπως τα έντυπα μέσα και διάφορες εκδηλώσεις- είναι σε πολλές περιπτώσεις άμεσα διαθέσιμο και μέσω του Διαδικτύου.

Το βασικό πρόβλημα όσον αφορά την εφαρμογή της απαγόρευσης της διαφήμισης προϊόντων καπνού στο εικονικό περιβάλλον είναι ο τρόπος αναγνώρισης των συγκεκριμένων μορφών διαφήμισης. Η διαφήμιση προϊόντων καπνού στο Διαδίκτυο δεν είναι κανονικά διαφήμιση με την παραδοσιακή έννοια, αλλά παίρνει πολλές μορφές, κυρίως έμμεσες.

Για παράδειγμα, η αγορά προϊόντων καπνού μέσω του Διαδικτύου έχει γίνει ευκολότερη και πιο συνηθισμένη. Η οδηγία δεν καλύπτει την πώληση των προϊόντων καπνού, αλλά οι δικτυακοί τόποι όπου πωλούνται προϊόντα καπνού έχουν συχνά και μια συνιστώσα προώθησης (του τύπου «αγοράστε φθηνά»). Το πρόβλημα δεν συνδέεται μόνο με τις απαγορεύσεις διαφήμισης, αλλά περιλαμβάνει και τις πωλήσεις σε ανήλικους, την φοροδιαφυγή και την ασύδοτη διαφήμιση, εμπορία και προώθηση. Σε ορισμένα κράτη μέλη η λιανική πώληση προϊόντων καπνού επιτρέπεται κατόπιν άδειας που χορηγείται μόνο σε πωλητές με σταθερό κατάστημα λιανικής πώλησης.

Η διασυνοριακή πώληση προϊόντων καπνού μέσα από το Διαδίκτυο είναι σχεδόν σε κάθε περίπτωση πλήρως παράνομη για φορολογικούς λόγους, δεδομένου ότι οι πωλητές γενικά δεν τηρούν την υποχρέωση καταβολής του ειδικού φόρου κατανάλωσης και του ΦΠΑ στο κράτος μέλος προορισμού.

Ένα άλλο πρόβλημα είναι ο αριθμός αυτών που εμπλέκονται στο εικονικό περιβάλλον και η αναγνώριση της ταυτότητάς τους. Σχεδόν ο οποιοσδήποτε (πολίτες, έμποροι, οργανώσεις καπνιστών) μπορεί να παράγει περιεχόμενο διαφήμισης και προώθησης προϊόντων καπνού, να το αναρτά στο Διαδίκτυο και να το καθιστά διαθέσιμο παγκοσμίως¹¹.

Η διεθνής διάσταση είναι αυτή που θέτει τη μεγαλύτερη πρόκληση όσον αφορά την εφαρμογή της απαγόρευσης της διαφήμισης προϊόντων καπνού στο εικονικό περιβάλλον. Οι εξυπηρετητές που φιλοξενούν το περιεχόμενο της διαφήμισης μπορούν να βρίσκονται σε άλλο κράτος μέλος ή σε τρίτες χώρες.

Από την εμπειρία φαίνεται ότι μπορεί να είναι δύσκολο να εντοπιστεί το φυσικό ή νομικό πρόσωπο που διέθεσε το υλικό στο Διαδίκτυο. Το πρόσωπο αυτό μπορεί να κλείσει αμέσως την ιστοσελίδα και να την ανοίξει αλλού. Το πρόβλημα αυτό εξετάζεται περαιτέρω στο πλαίσιο της διασυνοριακής επιβολής στο τμήμα 4.6 κατωτέρω.

Όσον αφορά τις τρίτες χώρες, οι κατευθυντήριες γραμμές και οι αποφάσεις που θα ληφθούν στο πλαίσιο της τρίτης διάσκεψης των μερών της σύμβασης-πλασιού για την καταπολέμηση του καπνίσματος αναμένεται να βελτιώσουν τις ανταλλαγές πληροφοριών με τρίτες χώρες.

¹¹ Για παράδειγμα, ο δικτυακός τόπος ενός φοιτητικού δικτύου που παρουσιάζει μάρκες τσιγάρων μέσα από φωτογραφίες που έχουν τραβηχτεί σε ένα φοιτητικό πάρτι.

Το εικονικό περιβάλλον είναι μία από τις πλέον συνήθεις διασυνοριακές πλατφόρμες για τη διαφήμιση προϊόντων καπνού. Το μεγαλύτερο πρόβλημα είναι ο συγκεκριμένος χαρακτήρας της διαφήμισης και η δυσκολία αναγνώρισης της ταυτότητας και του εντοπισμού των προσώπων που βρίσκονται πίσω από τη διαφήμιση, ιδίως αν τα πρόσωπα αυτά είναι εγκατεστημένα σε τρίτες χώρες.

4.3. Ζητήματα χορηγίας

4.3.1. Μεταφορά στο εθνικό δίκαιο

Το άρθρο 5 παράγραφος 1 της οδηγίας υποχρεώνει τα κράτη μέλη να απαγορεύουν τη χορηγία από καπνοβιομηχανίες υπέρ εκδηλώσεων ή δραστηριοτήτων οι οποίες διεξάγονται σε περισσότερα του ενός κράτη μέλη ή έχουν, με άλλο τρόπο, διασυνοριακό αντίκτυπο. Τα περισσότερα κράτη μέλη έχουν απαγορεύσει τη χορηγία όχι μόνο διασυνοριακών εκδηλώσεων αλλά και τοπικών γεγονότων.

Σύμφωνα με το άρθρο 5 παράγραφος 2 της οδηγίας, τα κράτη μέλη υποχρεούνται να απαγορεύσουν τη διανομή προϊόντων καπνού δωρεάν στο πλαίσιο διασυνοριακών εκδηλώσεων. Πολλά κράτη μέλη έχουν απαγορεύσει πλήρως τη δωρεάν διανομή προϊόντων καπνού, δηλαδή όχι μόνο στο πλαίσιο διασυνοριακών εκδηλώσεων όπως απαιτεί η οδηγία.

4.3.2. Χορηγία εκδηλώσεων

Η απαγόρευση της χορηγίας διασυνοριακών εκδηλώσεων από καπνοβιομηχανίες εφαρμόζεται ικανοποιητικά στην ΕΕ. Λίγο μετά την εκπονή της προθεσμίας μεταφοράς της οδηγίας, η Επιτροπή διαπίστωσε προβλήματα στις χώρες που διατηρούν ακόμη σε ισχύ εξαιρέσεις που επιτρέπουν τη χορηγία ορισμένων αθλητικών εκδηλώσεων.

Ωστόσο, συμφωνίες για τη χορηγία υπέρ προϊόντων καπνού γίνονται ακόμη εντός της ΕΕ. Έχουν λάβει έμμεσες και πιο ύπουλες μορφές, που δημιουργούν πρόβλημα για τις αρχές επιβολής στα κράτη μέλη. Υπάρχουν ενδείξεις για συμφωνίες αποκλειστικής πώλησης και δωρεάν διανομής προϊόντων καπνού σε φεστιβάλ νεολαίας. Επιχειρείται επίσης πολλές φορές να δοθεί αίγλη στα προϊόντα καπνού μέσω της σύνδεσής τους με εκδηλώσεις, φεστιβάλ, διασημότητες, σταρ του κινηματογράφου και διάφορα προϊόντα με ποικίλους τρόπους, π.χ. χρώματα, σχήματα, λογότυποι από τους οποίους έχει αφαιρεθεί το σήμα, εμβλήματα, τυπογραφικοί χαρακτήρες, αστείες φράσεις, λέξεις, σχέδια, τροποποιημένες εμπορικές ονομασίες ή άλλες εκστρατείες.

Η διαφήμιση και η χορηγία υπέρ των προϊόντων καπνού είναι ακόμα εμφανείς σε εκπομπές μέσων που εκπέμπουν από τρίτες χώρες όπου η διαφήμιση και η χορηγία επιτρέπονται. Αυτού του είδους η διαφήμιση και η χορηγία δεν διέπονται από την οδηγία, αλλά εγκυμονούν τον κίνδυνο υπονόμευσης της απαγόρευσης που ισχύει στην ΕΕ. Οι εκδηλώσεις με τη μεγαλύτερη προβολή είναι διάσημες αθλητικές και πολιτιστικές εκδηλώσεις που συγκεντρώνουν την προσοχή των μέσων, όπως είναι οι

αγώνες της Φόρμουλα 1¹². Η οδηγία για τις υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων (2007/65/EK), η οποία απαγορεύει πλέον σαφώς την τοποθέτηση προϊόντων καπνού, μπορεί να έχει εφαρμογή και σε τέτοιες περιπτώσεις μετά την εκπονή, στις 19 Δεκεμβρίου 2009, της προθεσμίας για τη μεταφορά της¹³.

Η διαφήμιση και η χορηγία υπέρ προϊόντων καπνού σε αγώνες μηχανοκίνητων αθλημάτων είναι λιγότερο εμφανείς τα τελευταία χρόνια και η τάση είναι φθίνουσα. Μόνο τρεις χώρες που διοργάνωσαν αγώνες Φόρμουλα 1 επέτρεψαν τη χορηγία υπέρ προϊόντων καπνού κατά την περίοδο 2006-2007: η Κίνα, το Μπαχρέιν και το Μονακό.

4.3.3. Προώθηση των προϊόντων καπνού σε ταινίες

Ενώ η χορηγία εκδηλώσεων είναι συχνά συγκεκριμένη και εμφανής πρακτική, η χορηγία υπέρ άλλων δραστηριοτήτων είναι πιο συγκεκριμένη. Μπορεί να είναι δύσκολο να βρεθούν αποδείξεις για το εάν υπάρχει ή όχι συμφωνία χορηγίας. Αυτό απαιτεί έρευνες και πρόσθετους πόρους.

Αν και η οδηγία δεν αναφέρεται ρητώς στο κάπνισμα στις ταινίες, απαγορεύει ωστόσο τη χορηγία προϊόντων καπνού σε διασυνοριακές δραστηριότητες. Η άμεση ή έμμεση προώθηση προϊόντων καπνού σε ταινίες θα μπορούσε να εμπίπτει στην έννοια της χορηγίας υπέρ διασυνοριακών «δραστηριοτήτων» που απαγορεύονται δυνάμει του άρθρου 5 παράγραφος 1 της οδηγίας εάν η συμβολή μιας καπνοβιομηχανίας δοθεί στον παραγωγό της ταινίας ή σε ηθοποιό. Κατά συνέπεια, η χορηγία προϊόντων καπνού σε ταινίες και DVD είναι παράνομη δυνάμει της νομοθεσίας της ΕΕ.

4.3.4. Εταιρική προώθηση

Μία από τις συνήθεις πρακτικές εμπορίας που επιβιώνουν ακόμη είναι η διαφήμιση του καπνοπαραγωγού με τη δημιουργία θετικής εικόνας γι' αυτόν ως υπεύθυνου οικονομικού παράγοντα. Ακόμη και όταν δεν παρουσιάζεται άμεσα το εμπορικό όνομα, αυτού του είδους η εταιρική προώθηση είναι μια μέθοδος εμπορίας της φήμης της εταιρείας και των προϊόντων της.

Η εταιρική προώθηση μπορεί να πραγματοποιείται μέσω πληρωμένης διαφήμισης, συνήθως συνοδευόμενη από μηνύματα για την εξαιρετική ποιότητα των πρώτων υλών, τη χρήση σύγχρονων τεχνολογιών, τη διατύπωση σοβαρού προβληματισμού για την ασφάλεια του προϊόντος ή την κοινωνική ευθύνη της εταιρείας. Σε ορισμένα κράτη μέλη επιβάλλεται πρόστιμο για τέτοιου είδους πρακτικές.

¹² Σύμφωνα με το άρθρο 13 της σύμβασης-πλασιού για την καταπολέμηση του καπνίσματος κάθε συμβαλλόμενο μέρος πρέπει να απαγορεύει τη χορηγία από καπνοβιομηχανίες υπέρ διεθνών εκδηλώσεων, δραστηριοτήτων και/ή συμμετεχόντων σε αυτές. Μόνη εξαίρεση είναι η τήρηση συνταγματικών αρχών, αλλά ακόμη και στην περίπτωση αυτή πρέπει να εφαρμόζονται περιορισμοί.

¹³ Προς το παρόν η έμμεση διαφήμιση στην τηλεόραση υπό τη μορφή γιγαντοαφισών οι οποίες είναι ορατές κατά την αναμετάδοση αθλητικών γεγονότων δεν συνιστά ξεχωριστή τηλεοπτική ανακοίνωση για την προώθηση αγαθών ή υπηρεσιών με την έννοια της οδηγίας για την «τηλεόραση χωρίς σύνορα» (89/552/EOK) και, επομένως, δεν ταυτίζεται με την «τηλεοπτική διαφήμιση» με την έννοια της οδηγίας.

Μια μέθοδος προώθησης τέτοιου είδους είναι οι εκθέσεις για την εταιρική κοινωνική ευθύνη που δημοσιεύονται στις ιστοσελίδες των εταιρειών. Οι εταιρείες επιδιώκουν να ενισχύσουν τη φήμη τους προσελκύοντας την προσοχή στις «κοινωνικά υπεύθυνες» επιχειρηματικές πρακτικές τους, π.χ. σε αυτές που έχουν σχέση με την απασχόληση ή την περιβαλλοντική περιφρούρηση.

Υστερα από την πλήρη μεταφορά της οδηγίας στο εθνικό δίκαιο των κρατών μελών, η Επιτροπή δεν έχει παρατηρήσει ούτε έχει πληροφορηθεί περιπτώσεις άμεσης χορηγίας, από καπνοβιομηχανίες, διασυνοριακών εκδηλώσεων που διοργανώνονται εντός της ΕΕ. Ωστόσο, διάφορες μορφές έμμεσης χορηγίας αποτελούν πρόβλημα για τις αρχές επιβολής στα κράτη μέλη.

Πρέπει να γίνουν εργασίες στο πλαίσιο της σύμβασης-πλασίου για την καταπολέμηση του καπνίσματος, ώστε να επιβληθεί στις τρίτες χώρες να θεσπίσουν ολική απαγόρευση της χορηγίας προϊόντων καπνού.

Η εταιρική προώθηση υφίσταται ακόμη ως διασυνοριακή μέθοδος για την εμπορία προϊόντων καπνού. Είναι ανάγκη να εναρμονιστούν οι τρόποι με τους οποίους τα κράτη μέλη αντιμετωπίζουν τέτοιου είδους υποθέσεις.

4.4. Κυρώσεις

Σύμφωνα με το άρθρο 7 πρώτο εδάφιο της οδηγίας, οι κυρώσεις πρέπει να είναι αποτελεσματικές, αναλογικές και αποτρεπτικές. Τα περισσότερα κράτη μέλη χρησιμοποιούν κυρώσεις του ποινικού δικαίου (πρόστιμα και, σε πιο σοβαρές περιπτώσεις, φυλάκιση). Εφαρμόζονται επίσης σε γενικές γραμμές κυρώσεις διοικητικής φύσης, όπως προειδοποιήσεις και διοικητικές αποφάσεις για παύση και μη επανάληψη της διαφήμισης με την απειλή περιοδικής χρηματικής ποινής.

Από την εμπειρία φαίνεται ότι οι αρχές επιβολής στα κράτη μέλη είναι σε θέση να σταματήσουν τις περισσότερες από τις επιλήψιμες πρακτικές με διοικητικά μέσα (επαφές, συσκέψεις, προειδοποιήσεις, διοικητικές αποφάσεις). Συνεπώς, οι κυρώσεις έχουν αποδεδειγμένα αποτρεπτικό αποτέλεσμα και οι προσφυγές ενώπιον των δικαστηρίων είναι αναγκαίες μόνο σε λίγες αμφιλεγόμενες υποθέσεις.

Τα διοικητικά μέσα επιβολής χρησιμοποιούνται επιτυχώς. Οι κυρώσεις του ποινικού δικαίου έχουν αποδεδειγμένα αποτρεπτικό αποτέλεσμα και οι προσφυγές ενώπιον των δικαστηρίων είναι αναγκαίες μόνο σε λίγες αμφιλεγόμενες υποθέσεις.

4.5. Πρόσβαση στη δικαιοσύνη

4.5.1. Μεταφορά στο εθνικό δίκαιο των κρατών μελών

Σύμφωνα με το άρθρο 7 δεύτερο εδάφιο της οδηγίας, τα κράτη μέλη υποχρεούνται να παρέχουν πρόσβαση στη δικαιοσύνη σε πρόσωπα ή οργανώσεις που, δυνάμει της εθνικής νομοθεσίας, μπορούν να δικαιολογήσουν έννομο συμφέρον για την κατάργηση της διαφήμισης ή της χορηγίας υπέρ προϊόντων καπνού. Αυτό μπορεί να έχει ως συνέπεια την παραπομπή μιας υπόθεσης απευθείας ενώπιον του δικαστηρίου ή την υποβολή καταγγελίας σε διοικητικό όργανο που είναι αρμόδιο είτε να εκδίδει διοικητική απόφαση είτε να κινεί τη δέουσα δικαστική διαδικασία.

Τα κράτη μέλη είτε εφαρμόζουν τους γενικούς δικονομικούς κανόνες για την πρόσβαση στη δικαιοσύνη είτε έχουν θεσπίσει ειδικό καθεστώς πρόσβασης στη δικαιοσύνη για σκοπούς καταπολέμησης του καπνίσματος.

4.5.2. Εφαρμογή

Το άρθρο 7 δεύτερο εδάφιο προβλέπει δύο τρόπους για να κινηθεί η δικαστική διαδικασία: μέσω των αρμόδιων αρχών και μέσω ενεργειών των πολιτών. Η εφαρμογή του εν λόγω άρθρου ποικίλλει: σε ορισμένα κράτη μέλη η κυβερνητική δράση είναι το πρωταρχικό μέσο, κυρίως μέσω εξειδικευμένων κρατικών φορέων, ενώ ορισμένα κράτη μέλη βασίζονται περισσότερο στη δράση των ΜΚΟ, πρωτίστως με την απευθείας προσφυγή στο δικαστήριο και την επίκληση της σχετικής νομολογίας.

Οι ΜΚΟ που δραστηριοποιούνται στον τομέα αυτόν είναι πολλές εξειδικευμένες οργανώσεις, όπως αυτές για τον καρκίνο, την υγεία και ιατρικοί σύλλογοι αλλά και οργανώσεις με συγκεκριμένο σκοπό τον περιορισμό του καπνίσματος. Η δράση των ενώσεων καταναλωτών είναι επίσης πολύ σημαντική για την επίτευξη της σωστής εφαρμογής της οδηγίας.

Η επιβολή εξασφαλίζεται από εξειδικευμένους κρατικούς φορείς και με την πρόβλεψη της δυνατότητας απευθείας προσφυγής των μη κυβερνητικών οργανώσεων στα δικαστήρια. Η Επιτροπή δεν έχει δεχθεί καταγγελίες για τυχόν δυσκολίες ως προς την εξασφάλιση πρόσβασης στη δικαιοσύνη στα κράτη μέλη όσον αφορά την κατάργηση της διαφήμισης και της χορηγίας υπέρ των προϊόντων καπνού.

4.6. Διασυνοριακή επιβολή

Η οδηγία δεν περιέχει διατάξεις που να αφορούν τη συνεργασία μεταξύ των αρχών επιβολής των κρατών μελών. Ωστόσο, τα σύγχρονα μέσα επικοινωνίας δεν αναγνωρίζουν εθνικά σύνορα. Ελλείπει αποτελεσματικού μηχανισμού επιβολής, είναι περιορισμένες οι δυνατότητες ανίχνευσης, διερεύνησης και επιβολής της κατάργησης της παράνομης διαφήμισης. Αυτό επιτρέπει στους παρανομούντες να εκφεύγουν των επιχειρήσεων επιβολής, επειδή αλλάζουν διεύθυνση.

Από την εμπειρία φαίνεται ότι τα κράτη μέλη είναι πρόθυμα να αντλήσουν μαθήματα από προσεγγίσεις άλλων κρατών μελών σε παρόμοια προβλήματα, ιδίως σε περιπτώσεις που επιλύονται με διοικητικές ή νομικές παρεμβάσεις. Όταν αντιμετωπίζουν ένα πρόβλημα διασυνοριακής διαφήμισης, τα κράτη μέλη θα μπορούσαν να ανταλλάσσουν βέλτιστες πρακτικές και να ζητούν βοήθεια στον τομέα της επιβολής από άλλα κράτη μέλη. Για το σκοπό αυτό, η Επιτροπή έκανε τα πρώτα βήματα για να διευκολύνει την ανταλλαγή πληροφοριών μεταξύ σημείων επαφής στα κράτη μέλη.

Μηχανισμοί για τη διασυνοριακή επιβολή έχουν ήδη αναπτυχθεί σε θέματα καταναλωτών. Ο κανονισμός για τη συνεργασία στον τομέα της προστασίας των καταναλωτών¹⁴ καθορίζει ένα πλαίσιο αμοιβαίας βοήθειας που καλύπτει την

¹⁴ Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 2006/2004, ΕΕ L 364 της 9.12.2004, σ. 1.

ανταλλαγή πληροφοριών, τα αιτήματα εφαρμογής των μέτρων επιβολής και το συντονισμό της εποπτείας της αγοράς και των δραστηριοτήτων επιβολής. Ο μηχανισμός αυτός εφαρμόζεται ήδη σε ορισμένες οδηγίες για την προστασία των καταναλωτών που θα μπορούσαν να έχουν σχέση με τη διαφήμιση και προώθηση των προϊόντων καπνού, ιδίως στο Διαδίκτυο¹⁵.

Η Επιτροπή θα διερευνήσει τη δυνατότητα να εφαρμοστεί ο μηχανισμός για τη διασυννοριακή επιβολή του κανονισμού για τη συνεργασία στον τομέα της προστασίας των καταναλωτών και στην οδηγία για τη διαφήμιση των προϊόντων καπνού.

Η Επιτροπή καλεί τα κράτη μέλη να ορίσουν γραφεία-συνδέσμους για την επιβολή, να ανταλλάσσουν πληροφορίες, να λαμβάνουν όλα τα αναγκαία μέτρα επιβολής για την εξάλειψη τυχόν παραβάσεων και να ανταποκρίνονται χωρίς καθυστέρηση στα αιτήματα για επιβολή της νομοθεσίας που υποβάλλουν τα άλλα κράτη μέλη.

Η ΕΚ πρέπει να υποστηρίξει την ανάπτυξη ενός τέτοιου μηχανισμού στο πλαίσιο της εφαρμογής του άρθρου 13 της σύμβασης-πλαισίου για την καταπολέμηση του καπνίσματος.

5. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Βάσει των πληροφοριών που διαθέτει η Επιτροπή μπορεί να συναχθεί το συμπέρασμα ότι οι νομοθετικές διατάξεις για τη μεταφορά της οδηγίας υπάρχουν και εφαρμόζονται καλά. Σε γενικές γραμμές τα κράτη μέλη έχουν θεσπίσει ευρύτερο πεδίο εφαρμογής για τη απαγόρευση της διαφήμισης και της χορηγίας υπέρ των προϊόντων καπνού από αυτό της οδηγίας.

Ύστερα από την επιβολή της απαγόρευσης σε επίπεδο ΕΕ, οι παραδοσιακές διαφημίσεις και οι άμεσες χορηγίες, διασυννοριακής φύσης, προϊόντων καπνού έχουν σταματήσει στην Ευρωπαϊκή Ένωση.

Από την άλλη πλευρά, υπάρχουν ενδείξεις ότι η προώθηση των προϊόντων καπνού έχει ενταθεί σε επίπεδο τοπικής εμπορίας και σε σημεία πωλήσεων, ιδίως στα κράτη μέλη που είτε επιτρέπουν τέτοιες πρακτικές ή δεν τις ελέγχουν αποτελεσματικά.

Η οδηγία έχει αρκετά ευρύ πεδίο εφαρμογής για να καλύψει τις μεταβαλλόμενες μορφές της διασυννοριακής διαφήμισης και χορηγίας υπέρ των προϊόντων καπνού. Από τη άλλη πλευρά αφήνει μεγάλο περιθώριο στα κράτη μέλη όσον αφορά την ερμηνεία και την εφαρμογή της. Επομένως, υπάρχει ο κίνδυνος της ανομοιογενούς ερμηνείας και εφαρμογής της οδηγίας στα διάφορα κράτη μέλη.

¹⁵ Οδηγία 97/7/ΕΚ, ΕΕ L 144 της 4.6.1997, σ. 19 («οδηγία για τις εξ αποστάσεως πωλήσεις») και οδηγία 2005/29/ΕΚ, ΕΕ L 149 της 11.6.2005, σ. 22 («οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές»). Η εν λόγω οδηγία απαγορεύει τις παραπλανητικές ενέργειες και τις παραπλανητικές παραλείψεις, δηλαδή τους ψευδείς ισχυρισμούς περί «αφορολόγητου» (άρθρα 6 και 7). Οι εν λόγω οδηγίες προβλέπουν επίσης ότι ο καταναλωτής πρέπει να ενημερώνεται για την ταυτότητα και τη διεύθυνση του εμπόρου και για την τιμή, συμπεριλαμβανομένων των φόρων (άρθρο 4 της οδηγίας για τις εξ αποστάσεως πωλήσεις και άρθρο 7 παράγραφος 4 της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές).

Είναι, συνεπώς, ανάγκη να συνεχιστεί η συντονισμένη παρακολούθηση και παροχή καθοδήγησης στα κράτη μέλη, ώστε να αποφευχθούν οι διαφορές στην ερμηνεία, βάσει κοινής προσέγγισης που θα καθοριστεί σε συνεννόηση με τις αρχές και τους εμπειρογνώμονες των κρατών μελών.

Πρέπει να αναπτυχθούν και να ενισχυθούν οι μηχανισμοί επιβολής σε διασυνοριακό επίπεδο.

Το εικονικό περιβάλλον είναι η μεγάλη πρόκληση. Είναι δύσκολο να ελεγχθεί λόγω της συγκεκαλυμμένης φύσης της διαφήμισης και του γεγονότος ότι οι παρανομούμενες μπορούν εύκολα να αλλάξουν διεύθυνση στο Διαδίκτυο.

Επί του παρόντος η Επιτροπή δεν θεωρεί ότι είναι ανάγκη να προτείνει τροποποίηση της οδηγίας.