Tämä asiakirja on ainoastaan dokumentointitarkoituksiin.Toimielimet eivät vastaa sen sisällöstä.

►**B** **EUROOPAN PARLAMENTIN JA NEUVOSTON DIREKTIIVI 2003/33/EY,**

annettu 26 päivänä toukokuuta 2003,

tupakkatuotteiden mainontaa ja sponsorointia koskevien jäsenvaltioiden lakien, asetusten ja hallinnollisten määräysten lähentämisestä

(ETA:n kannalta merkityksellinen teksti)

(EYVL L 152, 20.6.2003, s. 16)

Oikaistu:

►**C1** Oikaisu, EYVL L 067, 5.3.2004, s. 34 (2003/33)

▼B

EUROOPAN PARLAMENTIN JA NEUVOSTON DIREKTIIVI 2003/33/EY,

annettu 26 päivänä toukokuuta 2003,

tupakkatuotteiden mainontaa ja sponsorointia koskevien jäsenvaltioiden lakien, asetusten ja hallinnollisten määräysten lähentämisestä

(ETA:n kannalta merkityksellinen teksti)

EUROOPAN PARLAMENTTI JA EUROOPAN UNIONIN NEUVOSTO, jotka

ottavat huomioon Euroopan yhteisön perustamissopimuksen ja erityisesti sen 47 artiklan 2 kohdan, 55 ja 95 artiklan,

ottavat huomioon komission ehdotuksen ([1]),

ottavat huomioon Euroopan talous- ja sosiaalikomitean lausunnon ([2]),

ovat kuulleet alueiden komiteaa,

noudattavat perustamissopimuksen 251 artiklassa määrättyä menettelyä ([3]),

sekä katsovat seuraavaa:

(1) Tupakkatuotteiden mainontaa ja sponsorointia koskevat jäsenvaltioiden lait, asetukset ja hallinnolliset määräykset eroavat toisistaan. Tällainen mainonta ja sponsorointi voivat tietyissä tapauksissa ylittää jäsenvaltioiden rajat tai niihin voi liittyä kansainvälisellä tasolla järjestettyjä tapahtumia, ja ne ovat toimintaa, johon perustamissopimuksen 49 artikla soveltuu. Jäsenvaltioiden lainsäädännön eroavaisuudet aiheuttavat todennäköisesti lisäesteitä sellaisten tuotteiden tai palveluiden vapaalle liikkuvuudelle, joilla tuetaan tätä mainontaa ja sponsorointia. Tiettyjä esteitä on jo havaittu lehdistössä esiintyvän mainonnan osalta. Sponsoroinnin osalta kilpailuolosuhteet todennäköisesti vääristyvät edelleen, ja tämä on jo todettu joidenkin suurten urheilu- ja kulttuuritapahtumien järjestämisen yhteydessä.

(2) Nämä esteet olisi poistettava, ja sen vuoksi olisi tupakkatuotteiden mainontaa ja sponsorointia koskevia sääntöjä erityistapauksissa lähennettävä. Erityisesti on tarpeen täsmentää, missä määrin tupakkamainonta voidaan sallia tiettyyn luokkaan kuuluvissa julkaisuissa.

(3) Perustamissopimuksen 95 artiklan 3 kohdassa edellytetään, että komissio ottaa terveyteen liittyvissä sisämarkkinoiden perustamista ja toimintaa koskevissa ehdotuksissaan perustaksi suojelun korkean tason. Myös Euroopan parlamentti ja neuvosto pyrkivät toimivaltansa puitteissa tähän tavoitteeseen. Lähennettävällä jäsenvaltioiden lainsäädännöllä pyritään suojelemaan kansanterveyttä sääntelemällä tupakan myynninedistämistä; tupakka on riippuvuutta aiheuttava tuote, joka aiheuttaa yli puolen miljoonan ihmisen kuoleman yhteisössä vuosittain. Samalla vältetään se, että nuoret aloittavat myynninedistämisen vaikutuksesta tupakoinnin jo varhain ja tulevat siitä riippuvaisiksi.

(4) Erilaisten julkaisujen, kuten aikakaus- ja sanomalehtien sisämarkkinoilla leviämiseen kohdistuu se huomattava vaara, että niiden

([1]) EYVL C 270 E, 25.9.2001, s. 97.
([2]) EYVL C 36, 8.2.2002, s. 104.
([3]) Euroopan parlamentin lausunto, annettu 20. marraskuuta 2002 (ei vielä julkaistu virallisessa lehdessä) ja neuvoston päätös, tehty 27. maaliskuuta 2003.

▼B

vapaa liikkuvuus kohtaa esteitä jäsenvaltioiden niiden lakien, asetusten ja hallinnollisten määräysten vuoksi, joissa kielletään tupakan mainonta kyseisissä tiedotusvälineissä tai säännellään sitä. Tällaisten tiedotusvälineiden vapaan liikkuvuuden varmistamiseksi kaikkialla sisämarkkinoilla on tarpeen rajoittaa tupakan mainonta niihin aikakauslehtiin, joita ei ole tarkoitettu suurelle yleisölle, esimerkiksi julkaisuihin, jotka on tarkoitettu yksinomaan tupakka-alan ammattilaisille, sekä julkaisuihin, jotka on painettu ja julkaistu kolmansissa maissa ja joita ei ole ensisijaisesti tarkoitettu yhteisön markkinoille.

(5) Tietyntyyppistä vaikutuksiltaan valtioiden rajat ylittävää tupakkatuotteiden sponsorointia koskevista jäsenvaltioiden laeista, asetuksista ja hallinnollisista määräyksistä aiheutuu se huomattava vaara, että kyseessä olevaa toimintaa koskevan kilpailun edellytykset vääristyvät sisämarkkinoilla. Näiden vääristymien poistamiseksi on tarpeen kieltää tällainen sponsorointi vain sellaisissa toiminnoissa tai tapahtumissa, joilla on maiden rajat ylittäviä vaikutuksia ja joita muutoin voitaisiin hyödyntää suoraa mainontaa koskevien rajoitusten kiertämiseen, sääntelemättä pelkästään kansallisella tasolla tapahtuvaa sponsorointia.

(6) Tietoyhteiskunnan palveluiden käyttö tupakkatuotteiden mainonnassa on lisääntymässä, kun näiden palveluiden yleinen saatavuus paranee. Nämä palvelut samoin kuin radiolähetykset, joita voidaan lähettää myös tietoyhteiskunnan palveluiden kautta, houkuttelevat erityisesti nuoria kuluttajia ja ovat heidän saatavillaan. Tupakkamainonta näissä välineissä on luonteeltaan valtioiden rajat ylittävää, ja sitä olisi säänneltävä yhteisön tasolla.

(7) Tupakkatuotteiden ilmaisjakelua rajoitetaan useissa jäsenvaltioissa, koska siihen liittyy suuri riippuvuuden syntymisen vaara. Ilmaisjakelutapauksia on esiintynyt valtioiden rajat ylittävien sponsoroitujen tapahtumien yhteydessä, ja ne olisi näin ollen kiellettävä.

(8) Tupakkatuotteiden mainontaan ja niihin liittyvään sponsorointiin sovellettavista kansainvälisistä standardeista neuvotellaan tupakoinnin rajoittamista koskevan Maailman terveysjärjestön (WHO) puiteyleissopimuksen laatimisen yhteydessä. Näiden neuvotteluiden tavoitteena on luoda sitovat kansainväliset säännöt, jotka täydentävät tähän direktiiviin sisältyviä sääntöjä.

(9) Komission olisi laadittava kertomus tämän direktiivin täytäntöönpanosta. Asianomaisissa yhteisön ohjelmissa olisi säädettävä tämän direktiivin kansanterveysvaikutusten seurannasta.

(10) Jäsenvaltioiden olisi toteutettava riittävät ja tehokkaat toimenpiteet, jotta ne voivat varmistaa tämän direktiivin nojalla hyväksyttyjen toimenpiteiden täytäntöönpanon valvonnan kansallisen lainsäädäntönsä mukaisesti siten kuin siitä todetaan komission Euroopan parlamentille ja neuvostolle antamassa tiedonannossa seuraamusten merkityksestä yhteisön lainsäädännön täytäntöönpanossa sisämarkkinoiden alalla ja yhteisön oikeuden yhdenmukaisesta ja tehokkaasta soveltamisesta ja tämän oikeuden rikkomiseen sovellettavista seuraamuksista sisämarkkinoiden alalla 29 päivänä kesäkuuta 1995 annetussa neuvoston päätöslauselmassa ([1]). Näihin keinoihin olisi sisällyttävä säännöksiä sellaisten henkilöiden tai organisaatioiden, joilla on asiassa oikeutettu etu, oikeudesta puuttua asiaan tämän direktiivin vastaisten toimintojen lopettamiseksi.

(11) Tässä direktiivissä säädetyillä rangaistuksilla ei saisi rajoittaa kansallisen lainsäädännön mukaisten muiden rangaistusten tai oikeuskeinojen soveltamista.

(12) Tässä direktiivissä säännellään tupakkatuotteiden mainontaa muissa tiedotusvälineissä kuin televisiossa, eli lehdistössä ja

([1]) EYVL C 188, 22.7.1995, s. 1.

▼B

muissa painetuissa julkaisuissa, radiolähetyksissä sekä tietoyhteiskunnan palveluissa. Siinä säännellään myös tupakkayritysten harjoittamaa radio-ohjelmien ja sellaisten tapahtumien tai toimintojen sponsorointia, jotka koskevat useita jäsenvaltioita tai tapahtuvat useassa jäsenvaltiossa tai joilla on muutoin valtioiden rajat ylittäviä vaikutuksia, mukaan lukien tupakkatuotteiden ilmaisjakelu tai niiden alennusmyynti. Muut mainonnan muodot, kuten epäsuora mainonta sekä sellaisten tapahtumien tai toimintojen sponsorointi, joilla ei ole valtioiden rajat ylittäviä vaikutuksia, jäävät tämän direktiivin soveltamisalan ulkopuolelle. Jäsenvaltioilla on edelleen toimivalta säännellä perustamissopimusta noudattaen näitä kysymyksiä siten kuin ne pitävät sitä tarpeellisina ihmisten terveyden suojelun kannalta.

(13) Ihmisille tarkoitettujen lääkevalmisteiden mainontaa säännellään ihmisille tarkoitettuja lääkkeitä koskevista yhteisön säännöistä 6 päivänä marraskuuta 2001 annetussa Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivissä 2001/83/EY ([1]). Tupakkariippuvuudesta selviytymiseen tarkoitettujen tuotteiden mainonta ei kuulu tämän direktiivin soveltamisalaan.

(14) Tällä direktiivillä ei saisi rajoittaa televisiotoimintaa koskevien jäsenvaltioiden lakien, asetusten ja hallinnollisten määräysten yhteensovittamisesta 3 päivänä lokakuuta 1989 annetun neuvoston direktiivin 89/552/ETY ([2]) soveltamista. Mainitussa direktiivissä kielletään kaikenlainen savukkeiden ja muiden tupakkatuotteiden televisiomainonta. Direktiivissä 89/552/ETY säädetään, että televisio-ohjelmia eivät saa sponsoroida yritykset, joiden pääasiallisena toimialana on sellaisten savukkeiden tai muiden tupakkatuotteiden valmistus tai myynti taikka sellaisten palveluiden tarjonta, joiden mainonta on kielletty kyseisellä direktiivillä. Myös tupakkatuotteiden teleostoslähetykset on kielletty direktiivissä 89/552/ETY.

(15) Mainonnan valtioiden rajat ylittävä luonne tunnustetaan harhaanjohtavaa mainontaa koskevien jäsenvaltioiden lakien, asetusten ja hallinnollisten määräysten lähentämisestä 10 päivänä syyskuuta 1984 annetussa neuvoston direktiivissä 84/450/ETY ([3]). Tupakkatuotteiden valmistamista, esittämismuotoa ja myyntiä koskevien jäsenvaltioiden lakien, asetusten ja hallinnollisten määräysten lähentämisestä 5 päivänä kesäkuuta 2001 annettuun Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiiviin 2001/37/EY ([4]) sisältyy säännöksiä harhaanjohtavien kuvausten käytöstä tupakkatuotteiden pakkausmerkinnöissä, joiden valtioiden rajat ylittävät vaikutukset on myös tunnustettu.

(16) Euroopan yhteisöjen tuomioistuin on asiassa C-376/98, Saksan liittotasavalta v. Euroopan parlamentti ja Euroopan unionin neuvosto, antamallaan tuomiolla ([5]) kumonnut tupakkatuotteiden mainontaa ja niiden hyväksi tapahtuvaa sponsorointia koskevien jäsenvaltioiden lakien, asetusten ja hallinnollisten määräysten lähentämisestä 6 päivänä heinäkuuta 1998 annetun Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 98/43/EY ([6]). Viittauksia direktiiviin 98/43/EY olisi sen vuoksi pidettävä viittauksina tähän direktiiviin.

(17) Suhteellisuusperiaatteen mukaisesti on sisämarkkinoiden moitteettoman toiminnan perustavoitteen toteuttamiseksi välttämätöntä ja

([1]) EYVL L 311, 28.11.2001, s. 67.
([2]) EYVL L 298, 17.10.1989, s. 23, direktiivi sellaisena kuin se on muutettuna Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivillä 97/36/EY (EYVL L 202, 30.7.1997, s. 60).
([3]) EYVL L 250, 19.9.1984, s. 17, direktiivi sellaisena kuin se on muutettuna Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivillä 97/55/EY (EYVL L 290, 23.10.1997, s. 18).
([4]) EYVL L 194, 18.7.2001, s. 26.
([5]) Kok. 2000, s. I-8419.
([6]) EYVL L 213, 30.7.1998, s. 9.

▼B

aiheellista säätää tupakkatuotteiden mainonnasta ja sponsoroinnista. Perustamissopimuksen 5 artiklan kolmannen kohdan mukaisesti tässä direktiivissä ei ylitetä sitä, mikä on tarpeen aiottujen tavoitteiden saavuttamiseksi.

(18) Tässä direktiivissä kunnioitetaan perusoikeuksia ja siinä otetaan huomioon erityisesti Euroopan unionin perusoikeuskirjassa tunnustetut periaatteet. Tämän direktiivin tarkoituksena on erityisesti varmistaa, että perusoikeutena pidettävää ilmaisunvapautta täysin kunnioitetaan,

OVAT ANTANEET TÄMÄN DIREKTIIVIN:

1 artikla

Tarkoitus ja soveltamisala

1. Tämän direktiivin tarkoituksena on lähentää jäsenvaltioiden lakeja, asetuksia ja hallinnollisia määräyksiä, jotka koskevat tupakkatuotteiden mainontaa ja myynninedistämistä:

a) lehdistössä ja muissa painetuissa julkaisuissa;

b) radiolähetyksissä;

c) tietoyhteiskunnan palveluissa; ja

d) tupakkatuotteisiin liittyvällä sponsoroinnilla, mukaan lukien tupakkatuotteiden ilmaisjakelu.

2. Tämän direktiivin tarkoituksena on varmistaa kyseisten tiedotusvälineiden ja niihin liittyvien palveluiden vapaa liikkuvuus ja poistaa sisämarkkinoiden toimintaa haittaavia esteitä.

2 artikla

Määritelmät

Tässä direktiivissä tarkoitetaan:

a) ”tupakkatuotteilla” kaikkia tupakasta kokonaan tai osittain valmistettuja poltettavaksi, nuuskattavaksi, imeskeltäväksi tai pureskeltavaksi tarkoitettuja tuotteita;

b) ”mainonnalla” kaikenlaista kaupallista viestintää, jonka tavoitteena taikka suorana tai epäsuorana vaikutuksena on tupakkatuotteen myynnin edistäminen;

c) ”sponsoroinnilla” kaikkea sellaista julkista tai yksityistä tapahtumalle, toiminnalle tai henkilölle annettavaa tukea, jonka tavoitteena taikka suorana tai epäsuorana vaikutuksena on tupakkatuotteen myynnin edistäminen;

d) ”tietoyhteiskunnan palveluilla” teknisiä standardeja ja määräyksiä koskevien tietojen toimittamisessa noudatettavasta menettelystä 22 päivänä kesäkuuta 1998 annetun Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivin 98/34/EY ([1]) 1 artiklan 2 kohdassa tarkoitettuja palveluita.

3 artikla

Painetuissa tiedotusvälineissä ja tietoyhteiskunnan palveluissa tapahtuva mainonta

1. Tupakkatuotteiden mainonnan lehdistössä ja muissa painetuissa julkaisuissa on rajoituttava toisaalta julkaisuihin, jotka on tarkoitettu

([1]) EYVL L 204, 21.7.1998, s. 37, direktiivi sellaisena kuin se on muutettuna direktiivillä 98/48/EY (EYVL L 217, 5.8.1998, s. 18).

▼B

yksinomaan tupakka-alan ammattilaisille ja toisaalta julkaisuihin, jotka on painettu ja julkaistu kolmansissa maissa, jos näitä julkaisuja ei ole ensisijaisesti suunnattu yhteisön markkinoille.

Muu tupakkatuotteiden mainonta lehdistössä ja muissa painetuissa julkaisuissa on kielletty.

2. Mainonta, joka ei ole sallittua lehdistössä ja muissa painetuissa julkaisuissa, ei ole sallittua tietoyhteiskunnan palveluissa.

4 artikla

Radiomainonta ja sponsorointi

1. Kaikenlainen tupakkatuotteiden radiomainonta on kielletty.

2. Radio-ohjelmia eivät saa sponsoroida yritykset, joiden pääasiallisena toimintana on tupakkatuotteiden valmistus tai myynti.

5 artikla

Tapahtumien sponsorointi

1. Sellaisten tapahtumien tai toimintojen sponsorointi, joihin liittyy useampia jäsenvaltioita tai jotka tapahtuvat useassa jäsenvaltiossa tai joilla on muutoin valtioiden rajat ylittäviä vaikutuksia, on kielletty.

2. Kaikenlainen 1 kohdassa tarkoitettujen sponsoroitujen tapahtumien yhteydessä tapahtuva tupakkatuotteiden ilmaisjakelu, jonka tarkoituksena taikka suorana tai epäsuorana vaikutuksena on tupakkatuotteiden myynnin edistäminen, on kielletty.

6 artikla

Kertomus

Komissio antaa Euroopan parlamentille, neuvostolle sekä Euroopan talous- ja sosiaalikomitealle kertomuksen tämän direktiivin täytäntöönpanosta viimeistään 20 päivänä kesäkuuta 2008 ja sen jälkeen kahden vuoden välein. Kertomukseen liitetään direktiivin muuttamista koskevat ehdotukset, joita komissio pitää tarpeellisina.

7 artikla

Seuraamukset ja täytäntöönpano

Jäsenvaltioiden on säädettävä tämän direktiivin nojalla annettujen kansallisten säännösten rikkomiseen sovellettavista seuraamuksista ja toteutettava kaikki tarvittavat toimenpiteet sen varmistamiseksi, että niitä sovelletaan. Seuraamusten on oltava tehokkaita, oikeasuhteisia ja varoittavia. Jäsenvaltioiden on annettava nämä säädökset komissiolle tiedoksi viimeistään 10 artiklassa säädettynä ajankohtana ja niiden on ilmoitettava sille viipymättä säädöksiä koskevat myöhemmät muutokset.

Näihin säädöksiin on sisällyttävä säännöksiä sen varmistamiseksi, että henkilöillä tai organisaatioilla, joilla on jäsenvaltion lainsäädännön mukaisesti oikeutettua etua direktiivin vastaisen mainonnan, sponsoroinnin tai muun menettelyn lopettamisesta, voivat ryhtyä oikeustoimiin tällaista mainontaa tai sponsorointia vastaan tai ilmoittaa tällaisesta mainonnasta tai sponsoroinnista hallinnolliselle elimelle, jolla on toimivalta joko tehdä päätös valituksen johdosta tai ryhtyä asianmukaisiin oikeustoimiin.

▼B

8 artikla

Tuotteiden ja palveluiden vapaa liikkuvuus

Jäsenvaltiot eivät saa kieltää tai rajoittaa tämän direktiivin mukaisten tuotteiden tai palveluiden vapaata liikkuvuutta.

9 artikla

Viittaukset direktiiviin 98/43/EY

Viittauksia kumottuun direktiiviin 98/43/EY pidetään viittauksina tähän direktiiviin.

10 artikla

Täytäntöönpano

1. Jäsenvaltioiden on saatettava tämän direktiivin noudattamisen edellyttämät lait, asetukset ja hallinnolliset määräykset voimaan viimeistään 31 päivänä heinäkuuta 2005. Niiden on ilmoitettava tästä komissiolle viipymättä.

Näissä jäsenvaltioiden antamissa säädöksissä on viitattava tähän direktiiviin tai niihin on liitettävä tällainen viittaus kun ne virallisesti julkaistaan. Jäsenvaltioiden on säädettävä siitä, miten viittaukset tehdään.

▼C1

_____

▼B

11 artikla

Voimaantulo

▼C1

Tämä direktiivi tulee voimaan 20 päivän kuluttua siitä, kun se julkaistaan *Euroopan unionin virallisessa lehdessä*.

▼B

12 artikla

Osoitus

Tämä direktiivi on osoitettu kaikille jäsenvaltioille.