

YHTEINEN KANTA (EY) N:o 15/98

Neuvoston 12 päivänä helmikuuta 1998

vahvistama Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivin 98/.../EY antamiseksi tupakkatuotteiden mainontaa ja niiden hyväksi tapahtuvaa sponsorointia koskevien jäsenvaltioiden lakien, asetusten ja hallinnollisten määräysten lähentämisestä

(98/C 91/03)

EUROOPAN PARLAMENTTI JA EUROOPAN UNIONIN NEUVOSTO, jotka

ottavat huomioon Euroopan yhteisön perustamissopimuksen ja erityisesti sen 57 artiklan 2 kohdan sekä 66 ja 100 a artiklan,

ottavat huomioon komission ehdotuksen ⁽¹⁾,

ottavat huomioon talous- ja sosiaalikomitean lausunnon ⁽²⁾,

noudattavat perustamissopimuksen 189 b artiklassa määrättyä menettelyä ⁽³⁾,

sekä katsovat, että

- 1) tupakkatuotteiden mainontaa ja niiden hyväksi tapahtuvaa sponsorointia koskevissa jäsenvaltioiden laeissa, asetuksissa ja hallinnollisissa määräyksissä on eroja; tämä mainonta ja sponsorointi ylittää jäsenvaltioiden rajat, ja sen vuoksi nämä erot ovat omiaan luomaan esteitä kyseisen toiminnan välineinä toimivien tuotteiden liikkumiselle ja alan palvelujen tarjoamisen vapaudelle samoin kuin aiheuttamaan kilpailun vääristymistä ja muodostumaan tällä tavoin esteeksi sisämarkkinoiden toiminnalle,
- 2) nämä esteet olisi poistettava, minkä vuoksi tupakkatuotteiden mainontaa ja niiden hyväksi tapahtuvaa sponsorointia koskevia sääntöjä olisi lähennettävä jättämällä kuitenkin jäsenvaltioille mahdollisuus tietyin edellytyksin määrätä ihmisten terveyden suojelemiseksi tarpeellisina pitämistään vaatimuksista,

- 3) komissio perustaa perustamissopimuksen 100 a artiklan 3 kohdan mukaisesti 1 kohdassa tarkoitettua, terveyttä, turvallisuutta, ympäristönsuojelua ja kuluttajansuojaa koskevat ehdotuksensa suojelun korkeaan tasoon,
- 4) tässä direktiivissä olisi näin ollen otettava asianmukaisella tavalla huomioon ihmisten terveyden suojeleminen, erityisesti nuorten terveyden suojeleminen, joiden osalta mainonta on merkittävä tupakkatuotteita edistävä tekijä,
- 5) neuvosto antoi sisämarkkinoiden moitteettoman toiminnan turvaamiseksi 100 a artiklan perusteella tupakkatuotteiden merkintöjä koskevan direktiivin 89/622/ETY ⁽⁴⁾ ja savukkeiden enimmäistervapitoisuutta koskevan direktiivin 90/239/ETY ⁽⁵⁾,
- 6) direktiivi 92/28/ETY ⁽⁶⁾ käsittää ihmiselle tarkoitettuja lääkkeitä koskevan mainonnan; tupakoinnista vieroittamiseen tarkoitettuja tuotteita koskeva mainonta ei kuuluisi tämän direktiivin soveltamisalaan,
- 7) tätä direktiiviä ei sovelleta yksinomaan tupakka-kaupan ammattilaisille tarkoitettuun viestintään, kaupan pidettävien tupakkatuotteiden esillepanoon ja niiden hintojen ilmoittamiseen sekä, jos myyntiä koskevat järjestelyt sen sallivat, tupakan myyntipisteissä ostajalle suunnattuun mainontaan sekä sellaisista kolmansista maista peräisin olevien julkaisujen myyntiin, jotka eivät täytä tämän direktiivin vaatimuksia edellyttäen kuitenkin, että noudatetaan yhteisön oikeutta ja yhteisön kansainvälisiä velvoitteita; jäsenvaltioiden tehtävänä on tarvittaessa toteuttaa näillä aloilla aiheellisia toimenpiteitä,
- 8) ottaen huomioon kaikkien suullisen, kirjallisen ja painetun, radion tai television tai elokuvan välityk-

⁽¹⁾ EYVL C 129, 21.5.1992, s. 5.

⁽²⁾ EYVL C 313, 30.11.1992, s. 27.

⁽³⁾ Euroopan parlamentin lausunto, annettu 11. helmikuuta 1992 (EYVL C 67, 16.3.1992, s. 35), sisältö vahvistettu 189 b artiklassa määrättyä menettelyä noudattaen 3. joulukuuta 1993, neuvoston yhteinen kanta, vahvistettu 12. helmikuuta 1998, ja Euroopan parlamentin päätös, tehty ... (ei vielä julkaistu virallisessa lehdessä).

⁽⁴⁾ EYVL L 359, 8.12.1989, s. 1, direktiivi sellaisena kuin se on muutettuna direktiivillä 92/41/ETY (EYVL L 158, 11.6.1992, s. 30).

⁽⁵⁾ EYVL L 137, 30.5.1990, s. 36.

⁽⁶⁾ EYVL L 113, 30.4.1992, s. 13.

sellä esitetyn mainonnan keinojen välisen keskinäisen riippuvuuden ja kilpailun vääristymisen ja säännösten kiertämisen estämiseksi tämän direktiivin olisi katettava kaikki mainonnan keinot ja muodot lukuun ottamatta televisiomainontaa, joka kuuluu jo televisiotoimintaa koskevien jäsenvaltioiden lakien, asetusten ja hallinnollisten määräysten yhteensovittamisesta 3 päivänä lokakuuta 1989 annetun neuvoston direktiivin 89/522/ETY⁽¹⁾ soveltamisalaan,

- 9) kaikilla epäsuoran mainonnan ja sponsoroinnin muodoilla sekä ilmaisjakelulla on samat vaikutukset kuin suoralla mainonnalla; sen vuoksi niitä olisi säädeltävä, rajoittamatta kuitenkaan sananvapauden peruseriaa, mukaan lukien ne epäsuoran mainonnan muodot, joissa tupakkatuotteen nimeä suoraan mainitsematta käytetään tupakkatuotteista käytettyä nimeä, tavaramerkkiä, symbolia tai muuta erottavaa piirrettä; jäsenvaltiot voivat kuitenkin lykätä näiden säännösten soveltamista kaupallisten käytäntöjen mukauttamiseksi ja tupakkatuotteiden hyväksi tapahtuvan sponsoroinnin korvaamiseksi muilla soveltuvilla tuen muodoilla,
- 10) jäsenvaltioilla säilyisi edelleen mahdollisuus sallia, että muiden tuotteiden ja palvelujen kuin tupakkatuotteiden tai -palvelujen mainonnassa jatketaan tietyn edellytyksin sellaisen nimen käyttöä, jota on vilpittömässä mielessä käytetty jo ennen tämän direktiivin voimaantuloa sekä kyseisistä tuotteista tai palveluista että tupakkatuotteista, sanotun kuitenkaan rajoittamatta tupakkatuotteiden mainonnan säätelyn soveltamista,
- 11) kaikkien tässä direktiivissä tarkoitettujen sponsoroinnin päämäärien saavuttamiseksi soveltuvien keinojen, olisi kuuluttava sen nykyisen toiminnan ja tapahtumien sponsoroinnin piiriin, johon jäsenvaltiot saavat edelleen antaa luvan viimeistään 1 päivänä lokakuuta 2006 päättyvän, tämän direktiivin voimaantuloa seuraavan kahdeksan vuoden siirtymäkauden ajan ja johon olisi siirtymäaikana kohdistettava vapaaehtoisia rajoituksia ja johon käytettyjen summien tasoa olisi alennettava, ja
- 12) tämän direktiivin mukaisesti annettujen kansallisten säännösten soveltamisen valvontaa varten jäsenvaltioiden olisi otettava käyttöön aiheelliset keinot kansallista lainsäädäntöään noudattaen,

⁽¹⁾ EYVL L 298, 17.10.1989, s. 23, direktiivi sellaisena kuin se on muutettuna direktiivillä 97/36/EY (EYVL L 202, 30.7.1997, s. 60).

OVAT ANTANEET TÄMÄN DIREKTIIVIN:

1 artikla

Tämän direktiivin tarkoituksena on tupakkatuotteiden mainontaa ja niiden hyväksi tapahtuvaa sponsorointia koskevien jäsenvaltioiden lakien, asetusten ja hallinnollisten määräysten lähentäminen.

2 artikla

Tässä direktiivissä tarkoitetaan:

1. ”tupakkatuotteilla” tupakasta kokonaan tai osittain valmistettuja, poltettavaksi, sieraimiin vedettäväksi, imeskeltäväksi tai pureskeltäväksi tarkoitettuja tuotteita;
2. ”mainonnalla” liiketoimintaan liittyvää viestintää, jonka tarkoituksena on tupakkatuotteen myynnin edistäminen tai jolla on suora tai välillinen tupakkatuotteen myyntiä edistävä vaikutus, mukaan lukien mainonta, jolla tupakkatuotetta suoraan mainitsematta yritetään kiertää mainontakielto käyttämällä tupakkatuotteiden nimiä, tavaramerkkejä, symboleja tai muita erottavia piirteitä;
3. ”sponsoroinnilla” sellaista julkista tai yksityistä tapahtumalle tai toiminnalle annettavaa tukea, jonka tarkoituksena on tupakkatuotteiden edistäminen tai joka suoraan tai välillisesti vaikuttaa tupakkatuotteita edistävästi;
4. ”tupakan myyntipisteellä” paikkaa, jossa tupakkatuotteet ovat myynnissä.

3 artikla

1. Mainonta ja sponsorointi kaikissa muodoissaan on yhteisössä kielletty, sanotun kuitenkaan rajoittamatta direktiivin 89/522/ETY soveltamista.
2. Sen estämättä, mitä 1 kohdassa säädetään, jäsenvaltiot saavat sallia, että muiden tuotteiden tai palvelujen mainonnassa käytetään nimeä, jota vilpittömässä mielessä jo käytetään sekä tupakkatuotteista että muista tuotteista tai palveluista, joita sama yritys tai eri yritykset ovat pitäneet kaupan tai tarjonneet ennen ...^(*).

Tätä nimeä voidaan kuitenkin käyttää ainoastaan muodossa, joka selvästi erottuu tupakkatuotteesta käytetystä nimestä, ja ilman tupakkatuotteesta jo käytettyä muuta erottavaa tunnusta.

3. a) Jäsenvaltioiden on huolehdittava, että millään tupakkatuotteella ei ole muun tuotteen tai palvelu-

^(*) Tämän direktiivin voimaantulopäivä.

lun nimeä, tavaramerkkiä, symbolia tai muuta erottavaa piirrettä, jollei tätä tupakkatuotetta 6 artiklan 1 kohdassa tarkoitettuna päivänä jo pidetä kaupan kyseisellä nimellä tai tavaramerkillä tai symbolilla taikka muun erottavan piirteen avulla.

- b) Edellä 1 kohdassa säädettyä kieltoa ei saa kiertää 6 artiklan 1 kohdassa tarkoitetun päivän jälkeen markkinoille saatettavan tuotteen tai tarjottavan palvelun osalta käyttämällä tupakkatuotteista jo käytettyjä nimiä, tavaramerkkejä, symboleja tai muita erottavia piirteitä.

Tätä varten tuotteen tai palvelun nimi, tavaramerkki, symboli tai muu erottava piirre on esitettävä siten, että se selvästi erottuu tupakkatuotteesta käytetystä nimestä, tavaramerkistä, symbolista tai muusta erottavasta piirteestä.

4. Ilmaisjakelu, jonka tarkoituksena on tupakkatuotteen myynnin edistäminen tai joka suoraan tai välillisesti vaikuttaa tupakkatuotetta edistävasti, on kielletty.

5. Tätä direktiiviä ei sovelleta

- yksinomaan tupakkakaupan alan ammattilaisille suunnattuun viestintään;
- kaupan pidettävien tupakkatuotteiden esillepanoon ja niiden hintojen ilmoittamiseen tupakanmyyntipisteissä;
- mainontaan tupakkatuotteiden myyntiin erikoistuneissa liikkeissä ja niiden näytteillepanotilassa tai, jos on kyse erilaisten tuotteiden tai palvelujen myyntiliikkeestä, tupakkatuotteiden myyntiä varten tarkoitetuissa paikoissa, sekä sellaisissa myyntipisteissä, joita, kuten Kreikassa, koskee erityinen sosiaalisiin perustein annettu lupa ("periptera");
- sellaisten julkaisujen kaupan pitämiseen, jotka sisältävät tupakkatuotteiden mainontaa ja jotka on toimitettu ja painettu kolmansissa maissa, jos kyseisiä julkaisuja ei ole pääasiallisesti tarkoitettu yhteisön markkinoille.

4 artikla

Jäsenvaltioiden on huolehdittava, että tämän direktiivin perusteella annettujen kansallisten säännösten soveltamisen valvomiseksi on riittävät ja tehokkaat keinot. Näihin keinoihin voi kuulua säännökset, joiden nojalla henkilöt

tai yhteisöt, joilla on kansallisen lainsäädännön mukaan oikeutettua etua tämän direktiivin vastaisen mainonnan poistamisesta, voivat ryhtyä oikeudellisiin toimiin tällaista mainontaa vastaan tai saattaa asian sellaisen hallintoviranomaisen käsiteltäväksi, jolla on toimivalta ratkaista valitukset tai panna vireille asianmukainen oikeudenkäynti asiassa.

5 artikla

Tällä direktiivillä ei rajoiteta jäsenvaltioiden mahdollisuutta säätää perustamissopimuksen määräyksiä noudattaen tupakkatuotteiden mainontaa tai sponsorointia koskevia tiukempia vaatimuksia, joita ne pitävät tarpeellisina ihmisten terveyden suojelemiseksi.

6 artikla

1. Jäsenvaltioiden on saatettava tämän direktiivin noudattamisen edellyttämät lait, asetukset ja hallinnolliset määräykset voimaan viimeistään ... (*). 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 viittaus tehdään.

2. Jäsenvaltioiden on toimitettava tässä direktiivissä tarkoitetuista kysymyksistä antamansa keskeiset kansalliset säännökset kirjallisina komissiolle.

3. Jäsenvaltiot voivat lykätä 3 artiklan 1 kohdan soveltamista

– lehdistön osalta yhdellä vuodella,

– sponsoroinnin osalta kahdella vuodella.

Poikkeustapauksissa ja asianmukaisesti perustelluista syistä jäsenvaltiot voivat edelleen antaa luvan maailmanlaajuisesti järjestettyjen tapahtumien tai toiminnan nykyiseen sponsorointiin viimeistään 1 päivänä lokakuuta 2006 päättyvän kolmen vuoden lisäjakson ajan, edellyttäen että

(*) Kolme vuotta tämän direktiivin voimaantulosta.

– siirtymäajan kuluessa tähän sponsorointiin käytetyt rahamäärät pienenevät,

8 artikla

– otetaan käyttöön vapaaehtoisia rajoittamistoimenpiteitä mainonnan näkyvillä olon rajoittamiseksi kyseisissä tapahtumissa tai toiminnoissa.

Tämä direktiivi tulee voimaan päivänä, jona se julkaistaan *Euroopan yhteisöjen virallisessa lehdessä*.

7 artikla

9 artikla

Komissio esittää viimeistään ... (*) ja sen jälkeen joka toinen vuosi Euroopan parlamentille, neuvostolle sekä talous- ja sosiaalikomitealle kertomuksen tämän direktiivin soveltamisesta, erityisesti 3 artiklan 2 ja 3 kohdan sekä 6 artiklan 3 kohdan täytäntöönpanosta ja vaikutuksista siihen tarvittaessa liittyvine ehdotuksineen tämän direktiivin mukauttamiseksi kyseisissä kertomuksissa todettuun kehitykseen. Tällainen mukauttaminen ei vaikuta 6 artiklan 3 kohdassa säädettyihin määräaikoihin.

Tämä direktiivi on osoitettu kaikille jäsenvaltioille.

Tehty ...

<i>Euroopan parlamentin puolesta</i>	<i>Neuvoston puolesta</i>
<i>Puhemies</i>	<i>Puheenjohtaja</i>

(*) Kolme vuotta tämän direktiivin voimaantulon jälkeen.

NEUVOSTON PERUSTELUT

I JOHDANTO

1. Komissio esitti vuonna 1989 esitetyn ensimmäisen ehdotuksen ⁽¹⁾ tilalle ja sille jatkoksi 15. toukokuuta 1991 muutetun ehdotuksen neuvoston direktiiviksi tupakkatuotteiden mainontaa koskevien jäsenvaltioiden lakien, asetusten ja hallinnollisten määräysten lähentämisestä ⁽²⁾ Euroopan yhteisön perustamissopimuksen 100 a artiklan mukaisesti.
2. Euroopan parlamentti antoi 11. helmikuuta 1992 lausuntonsa ⁽³⁾, jonka se vahvisti 3. joulukuuta 1993 perustamissopimuksen 189 b artiklan mukaista yhteispäätösmenettelyä noudattaen.

Talous- ja sosiaalikomitea antoi lausuntonsa 23. syyskuuta 1992 ⁽⁴⁾.

Komissio esitti 30. huhtikuuta 1992 uuden muutetun ehdotuksen ⁽⁵⁾, jossa on otettu huomioon Euroopan parlamentin lausunto.

3. Neuvosto vahvisti yhteisen kannan 12 päivänä helmikuuta 1998 perustamissopimuksen 189 b artiklan mukaisesti.

II EHDOTUKSEN TAVOITE

Ehdotuksella pyritään lähentämään tupakkatuotteiden mainontaa koskevia erilaisia kansallisia säännöksiä pitäen lähtökohtana korkeaa terveyden suojelun tasoa.

Tässä komission esittämässä muutetussa ehdotuksessa otetaan huomioon alkuperäisestä ehdotuksesta neuvostossa ja Euroopan parlamentissa käydyt keskustelut — ehdotuksessa suunniteltiin rajoituksia tupakkatuotteiden lehti- ja ulkomainontaan — sekä alan lainsäädännön tilanne eri jäsenvaltioissa ja sen ennustettavissa oleva kehitys, ja se tavoitteena oli alan lainsäädännön täydellinen yhdenmukaistaminen kieltämällä kyseinen mainonta keinosta ja/tai välineestä riippumatta ⁽⁶⁾.

Tästä kiellosta voidaan poiketa (mahdollisuus saada poikkeuslupa) ainoastaan silloin, kun on kyse mainonnasta tupakkatuotteiden myyntiin tarkoitettujen sellaisten paikkojen sisällä, joissa on asiakaspalveluun varattu suljettu sisätila.

Ainut rajoitus, joka otettiin mukaan Euroopan parlamentin lausunnon johdosta, koskee tietyin edellytyksin epäsuoran mainonnan kiellon ulottamista muihin kuin tupakkatuotteisiin, jos näitä markkinoidaan samalla nimellä kuin tupakkatuotteita.

⁽¹⁾ Tupakkatuotteiden lehti- ja ulkomainontaa koskeva direktiiviehdotus (EYVL C 124, 19.5.1989, s. 5).

⁽²⁾ EYVL C 167, 27.6.1991, s. 3.

⁽³⁾ EYVL C 67, 16.3.1992, s. 35.

⁽⁴⁾ EYVL C 313, 30.11.1992, s. 27.

⁽⁵⁾ EYVL C 129, 21.5.1992, s. 5.

⁽⁶⁾ Muistettakoon, että radio- ja televisiomainonta oli jo tällä välin saatettu jäsenvaltioiden välisen palvelujen tarjoamisen osalta neuvoston 3. lokakuuta 1989 antaman direktiivin 89/552/ETY piiriin (EYVL L 298, 17.10.1989, s. 23) — muutettu 30 päivänä kesäkuuta 1997 direktiivillä 97/36/EY (EYVL L 202, 30.7.1997, s. 60) — ja kyseisen direktiivin 13 artiklassa kielletään kaikenlainen savukkeiden ja muiden tupakkatuotteiden mainonta (ja teleostoksina tarjoaminen).

III YHTEISEN KANNAN ANALYYSI

1. Yleiskatsaus

Neuvoston hyväksymä teksti sisältää ainoastaan ehdotuksen tavoitteen mukaisia muutoksia, joilla pyritään erityisesti selventämään ja rajaamaan sen soveltamisalaa ja ulottuvuutta sekä vastaamaan toimivuutta koskeviin ongelmiin.

Muutokset koskevat pääosin

- a) sponsorointia, jota käsitellään nimenomaisesti
- b) täsmennyksiä, jotka koskevat sellaisen epäsuoran mainonnan kiellon ulottuvuutta, jossa käytetään tuotemerkkejä (ja muita erottavia piirteitä)
- c) tiettyjen alojen tai yksityiskohtien määrittelyä — kuten esimerkiksi myyntipisteet — joihin direktiiviä ei sovelleta ja joita voidaan säännellä kansallisella tasolla
- d) tiettyjen säännösten soveltamisen ja seurannan erityisedellytykset, jotka liittyvät etenkin epäsuoraan mainontaan ja sponsorointiin.

2. Artiklaosan sisältö

Artiklaosa, jonka rakenne ja sisältö eivät ole oleellisesti muuttuneet ehdotukseen nähden, sisältää seuraavat muutokset ((uuden) 1 artiklan osalta kyse on ainoastaan muotoseikasta):

- i) *2 artiklan* (entinen 1 artikla) *osalta* — *määritelmät*
 - Mainonnan määritelmää ei ole muutettu sen ulottuvuuden osalta. Valitun yleisemmän ilmauksen ("viestintä") soveltamisala on laajempi, ja määreellä "liiketoiminta" pyritään vain täsmentämään, että selkeästi taiteellisen tai journalistisen toiminnan yhteydessä harjoitettu toiminta ei kuulu mainonnan piiriin.
 - Ehdotukseen on sisällytetty mainonnan määritelmän mukaisesti muotoiltu sponsoroinnin määritelmä direktiivin soveltamista ja siihen liittyviä sääntöjä varten.
 - Tupakkatuotteiden myyntipisteiden määritelmä on muotoiltu 2 artiklan 5 kohdan toisessa ja kolmannessa luetelmakohdassa tarkoitettujen poikkeusten varalta yleisemmin ja merkitykseltään laajemmin termein kuin ehdotuksessa.
- ii) *3 artiklan* (entinen 2 artikla) *osalta* — *varsinaiset säännökset*
 - a) Tämän artiklan 1 kohdassa mainittu mainonnan kiello kaikissa muodoissaan laajennetaan koskemaan sponsorointia.
 - b) Tuotemerkkien (ja muiden erottavien piirteiden) avulla tapahtuvan epäsuoran mainonnan kiellon ulottuvuutta koskevat täsmennykset 2 ja 3 kohdassa (entisissä 2, 2 a ja 3 kohdissa) on muotoiltu uudelleen seuraavasti:
 - 2 kohdassa säädetty mahdollisuus rajata tämän kiellon ulottuvuus muiden kuin tupakkatuotteiden (tai palvelujen) mainonnassa käytettävien nimien käytön osalta tietyin edellytyksin on yhdenmukainen ehdotuksen 2 a kohdan säännöksen tavoitteen kanssa.
 - 3 kohdan a alakohdan säännös on muotoiltu täsmällisemmin ja käytännön termein vastaamaan ehdotuksen 3 kohdan säännöksen tavoitetta siltä osin, kun kyseessä on muista tuotteista (tai palveluista) jo käytettyjen nimien tai tavaramerkkien (tai muiden erottavien piirteiden) käyttö tupakkatuotteissa.

- 3 kohdan b alakohdan säännöksellä, joka koskee tupakkatuotteesta käytetyn nimen, tuotemerkin (tai muun erottavan piirteen) käyttöä minkä tahansa tuotteen (tai palvelun) osalta olosuhteissa, joiden tarkoituksena on kiertää mainontakieltoa, täydennetään ehdotuksen 2 kohdan säännöksen tavoitteen soveltamisalaa. Kyseistä säännöstä ei hyväksytty sellaisenaan, koska esitetyssä muodossaan sen katsottiin sisältyvän 1 kohdassa esitettyyn kieltoon; kyseisessä kohdassa nimittäin viitataan 2 artiklassa esitettyyn mainonnan määritelmään.
- c) 4 kohdassa säädetyn ilmaisjakelun kieltämisen sanamuotoa on mukautettu vastaamaan mainonnan määritelmää kiellon kohdentamiseksi tarkemmin.
- d) Direktiivin soveltamisalaan kuulumattomat alat, joita jäsenvaltiot tarvittaessa sääntelevät, määritellään 5 kohdassa (uusi).

Kyseisellä kohdalla korvataan soveltamisalaa laajentaen ehdotuksen 3 artikla, joka on poistettu.

Kyseisten poikkeusten soveltamisala koskee:

- tupakkakaupan alan ammattilaisten välistä ja yksinomaan heille, ei yleisölle, suunnattua viestintää (ensimmäinen luettelukohta) eli viestintää, joka tästä syystä ei kuulu mainonnan määritelmän piiriin tässä direktiivissä
 - myyntipisteitä koskevien säännösten osalta:
 - yleisesti ottaen niitä säännöksiä, jotka koskevat tuotteiden esittelyä ja niiden hintojen ilmoittamista (toinen luettelukohta)
 - suppeammassa mielessä ostajille suunnattua mainontaa (kolmas luettelukohta) komission ehdotuksen mukaisesti, ottaen samalla laajemmin huomioon jäsenvaltioiden erilaiset myyntiin liittyvät rakenteet,
 - kolmansista maista peräisin olevien julkaisujen myyntiä (neljäs luettelukohta) – edellytyksin, joiden tarkoituksena on välttää vääristymiä; tällä poikkeuksella pyritään varmistamaan ilmaisuvapauden piiriin kuuluvan tiedonsaantioikeuden noudattaminen.
- iii) Ehdotettuja säännöksiä, jotka koskevat keinoja soveltamisen valvomiseksi (4 artikla) ja mahdollisuutta säätää tiukempia vaatimuksia kansallisella tasolla (5 artikla), mukautettiin ainoastaan rajoitetusti.
- iv) 6 artiklan säännöksiä, jotka koskevat säännösten siirtämistä osaksi jäsenvaltioiden lainsäädäntöä ja niiden soveltamista, muutettiin siten, että mahdollistetaan kaupallisten menettelyjen tarvittavat mukautukset ja muutokset ja otetaan huomioon taloudelliset rajoitukset.

Vaikka yleinen määräaika direktiivin siirtämiseksi osaksi lainsäädäntöä on kolme vuotta (1 kohta), 3 kohdassa säädetään mahdollisuudesta lykätä sen soveltamista

- lehdistön osalta yhdellä vuodella
- sponsoroinnin osalta yleisesti kahdella vuodella, sekä tietyin edellytyksin ja rajoituksin maailmanlaajuisten tapahtumien tai maailmanlaajuisen toiminnan nykyisen sponsoroinnin osalta kolmen vuoden lisäjaksolla, joka päättyy viimeistään 1 päivänä lokakuuta 2006, josta alkaen kaikkia direktiivin säännöksiä on sovellettava.

- v) Ehdotukseen on lisätty säännöksiä (uusi 7 artikla), jotta voitaisiin seurata asianmukaisella tavalla (komission kertomusten ja mahdollisten mukautusta koskevien ehdotusten avulla) direktiivin soveltamista ja vaikutuksia erityisesti epäsuoraa mainontaa koskevien yksityiskohtaisten sääntöjen ja sponsorointiin sovellettavien edellytysten osalta.

IV EUROOPAN PARLAMENTIN EHDOTTAMAT TARKISTUKSET

1. Komission hyväksymä tarkistus 10

Kyseinen tarkistus, joka oli tarkistuksista olennaisimpia ja jossa esitetään tietyin edellytyksin ehdotuksen 2 artiklan 2 kohdassa tarkoitetun kiellon rajoittamista, on ainoa, jonka komissio sisällytti ehdotukseensa (2 artiklan 2 a kohta).

Kyseinen tarkistus otetaan huomioon *tavoitteensa* osalta neuvoston tekstissä (3 artiklan 2 kohta) eri muodossa ja *eri keinoin* toteututtuna (vrt. edellä kohta III.2.ii.b).

Kyseisissä keinoissa otetaan muun muassa huomioon vaikeudet panna täytäntöön direktiivissä säädetyt edellytykset; tämä johtuu erityisesti tavasta määritellä yrityksen tupakkatuotteiden vuosittainen liikevaihto (kyseiset vaikeudet ovat pitkällisen tarkastelun jälkeen osoittautuneet ylitsepääsemättömiksi).

Neuvoston hyväksymä säännös ei kuitenkaan ole rajoittava sääntö, vaan antaa jäsenvaltioille mahdollisuuden päättää tiukemmista vaatimuksista.

2. Muut tarkistukset, joita komissio ei hyväksynyt

- a) Tarkistukset, jotka neuvosto hyväksyi kokonaisuudessaan tai osittain
- tarkistus 4 (1 artiklan ensimmäinen luetelmakohta) sponsoroinnin mainitsemisen osalta on esitetty erityisenä määritelmänä 2 artiklan 3 kohdassa
 - tarkistus 8 (5 artikla)
 - tarkistus 9 (6 artiklan uusi 2 a kohta) on esitetty tarkemmin ja yksityiskohtaisemmin neuvoston tekstin 7 artiklassa.
- b) Tarkistukset, joita neuvosto ei hyväksynyt sellaisenaan
- Noudattaen yleisesti komission kantaa ja edellä mainituista syistä johtuen neuvosto ei hyväksynyt muita tarkistuksia.

V PÄÄTELMÄ

Yhteisen kannan tekstissä, joka on laadittu neuvoston käsittelyn yhteydessä käytyjen perusteellisten ja vaikeiden keskustelujen jälkeen, otetaan laajasti huomioon ehdotuksen tavoite sellaisten muutosten avulla, joiden tarkoituksena on ennen kaikkea selventää ja täsmentää direktiivin soveltamisalaa ja käytännön merkitystä ottaen huomioon sekä sisämarkkinoiden toiminnan tavoitteet, kyseisen alan erityispiirteet ja terveyteen liittyvät vaatimukset alalla, jossa se on merkittävä tekijä.