

**CHAMBRE DES REPRÉSENTANTS
DE BELGIQUE**

24 septembre 2013

PROPOSITION DE LOI

**modifiant la loi du 24 janvier 1977
relative à la protection de la santé des
consommateurs en ce qui concerne les
denrées alimentaires et les autres produits,
concernant la publicité pour les produits à
base de tabac**

(déposée par Mmes Catherine Fonck et
Mie-Jeanne Nyanga-Lumbala)

**BELGISCHE KAMER VAN
VOLKSVERTEGENWOORDIGERS**

24 september 2013

WETSVOORSTEL

**tot wijziging van de wet van
24 januari 1977 betreffende de bescherming
van de gezondheid van de gebruikers op het
stuk van de voedingsmiddelen en andere
produkten, wat de reclame voor producten
op basis van tabak betreft**

(ingediend door de dames Catherine Fonck en
Mie-Jeanne Nyanga-Lumbala)

RÉSUMÉ

La législation actuelle interdit la publicité pour les produits du tabac, mais il existe néanmoins des exceptions. Étant donné les problèmes de santé publique causés par le tabac, la proposition de loi vise à supprimer celle concernant les publicités dans les magasins.

SAMENVATTING

De vigerende wetgeving verbiedt reclame voor tabaksproducten, maar voorziet in uitzonderingen. Aangezien tabaksgebruik problemen voor de volksgezondheid meebrengt, strekt dit wetsvoorstel ertoe komaf te maken met de uitzondering op het vlak van tabaksreclame in handelszaken.

N-VA	:	Nieuw-Vlaamse Alliantie
PS	:	Parti Socialiste
MR	:	Mouvement Réformateur
CD&V	:	Christen-Democratisch en Vlaams
sp.a	:	socialistische partij anders
Ecolo-Groen	:	Ecologistes Confédérés pour l'organisation de luttes originales – Groen
Open Vld	:	Open Vlaamse liberalen en democraten
VB	:	Vlaams Belang
cdH	:	centre démocrate Humaniste
FDF	:	Fédéralistes Démocrates Francophones
LDD	:	Lijst Dedecker
MLD	:	Mouvement pour la Liberté et la Démocratie
INDEP-ONAFH	:	Indépendant-Onafhankelijk

Abréviations dans la numérotation des publications:		Afkortingen bij de nummering van de publicaties:	
DOC 53 0000/000:	Document parlementaire de la 53 ^e législature, suivi du n° de base et du n° consécutif	DOC 53 0000/000:	Parlementair document van de 53 ^e zittingsperiode + basisnummer en volgnummer
QRVA:	Questions et Réponses écrites	QRVA:	Schriftelijke Vragen en Antwoorden
CRIV:	Version Provisoire du Compte Rendu intégral (couverture verte)	CRIV:	Voorlopige versie van het Integraal Verslag (groene kaft)
CRABV:	Compte Rendu Analytique (couverture bleue)	CRABV:	Beknopt Verslag (blauwe kaft)
CRIV:	Compte Rendu Intégral, avec, à gauche, le compte rendu intégral et, à droite, le compte rendu analytique traduit des interventions (avec les annexes) (PLEN: couverture blanche; COM: couverture saumon)	CRIV:	Integraal Verslag, met links het definitieve integraal verslag en rechts het vertaald beknopt verslag van de toespraken (met de bijlagen) (PLEN: witte kaft; COM: zalmkleurige kaft)
PLEN:	Séance plénière	PLEN:	Plenum
COM:	Réunion de commission	COM:	Commissievergadering
MOT:	Motions déposées en conclusion d'interpellations (papier beige)	MOT:	Moties tot besluit van interpellaties (beigekleurig papier)

Publications officielles éditées par la Chambre des représentants

Commandes:
Place de la Nation 2
1008 Bruxelles
Tél. : 02/ 549 81 60
Fax : 02/549 82 74
www.lachambre.be
courriel : publications@lachambre.be

Officiële publicaties, uitgegeven door de Kamer van volksvertegenwoordigers

Bestellingen:
Natieplein 2
1008 Brussel
Tel. : 02/ 549 81 60
Fax : 02/549 82 74
www.dekamer.be
e-mail : publicaties@dekamer.be

DÉVELOPPEMENTS

MESDAMES, MESSIEURS,

Les dangers du tabac sont nombreux. Il est en effet la cause principale évitable de survenance du cancer du poumon (le cancer le plus fréquent chez l'homme et le troisième plus fréquent chez la femme): en Belgique, on enregistre chaque année près de 5 000 nouveaux cas de cancer du poumon. Le tabac favorise également d'autres cancers, notamment celui du sein, de la sphère ORL ou encore du colon.

Le tabac est aussi un facteur de risque bien démontré d'autres maladies, dont des maladies cardiaques et vasculaires, des bronchites chroniques et diverses maladies respiratoires. Il est responsable de plus de 20 000 décès prématurés par an dans notre pays.

En 2010, une enquête du CRIOC montre que le nombre de fumeurs quotidiens reste élevé: le pourcentage de fumeurs en Belgique avoisine les 20 %¹. L'Institut Scientifique de la Santé publique a également mis en évidence la prévalence du tabagisme chez les jeunes puisque, en 2008, un jeune de 15 à 24 ans sur quatre fume; et cette part s'accroît graduellement jusqu'à environ un sur trois dans le groupe d'âge de 45 à 54 ans. C'est seulement à partir de l'âge de 55 ans que la part des fumeurs en Belgique diminue².

95 % des fumeurs européens commencent avant leur 25^e anniversaire, et 70 % même déjà avant l'âge de 18 ans. Le groupe des fumeurs de 15 à 24 ans commence à fumer, en moyenne, à l'âge de 15 ans³.

Afin de diminuer ces statistiques dramatiques, des mesures ont été prises pour limiter l'incitation à la consommation de produits à base de tabac, notamment avec la loi du 10 décembre 1997 interdisant la publicité pour les produits du tabac (modifiant la loi du 24 janvier 1977 relative à la protection de la santé des consommateurs en ce qui concerne les denrées alimentaires et les autres produits).

C'est, en effet, la loi du 24 janvier 1977 relative à la protection de la santé des consommateurs en ce qui concerne les denrées alimentaires et les autres produits qui réglemente la publicité pour les produits du tabac.

¹ RIIOC, *Farde de documentation Tabac*, édition 2012.

² Gisle, L., *Gezondheidsenquête 2008, Het gebruik van tabak*. Wetenschappelijk Instituut voor Volksgezondheid. 122 p., En ligne (consulté le 22-05-2013).

³ Special Eurobarometer 385, *Attitudes of Europeans towards Tobacco*, mai 2012.

TOELICHTING

DAMES EN HEREN,

De gevaren van tabak zijn legio. Tabak is immers de belangrijkste vermijdbare oorzaak van longkanker (de meest voorkomende kanker bij mannen en de op twee na meest voorkomende bij vrouwen): in België worden elk jaar bijna 5 000 nieuwe gevallen van longkanker opgetekend. Bovendien werkt tabak ook andere kankers in de hand, zoals borstkanker, kanker van het neus-, keel- en oorgebied, en darmkanker.

Daarnaast is tabak een duidelijk aangetoonde risicofactor voor andere aandoeningen, zoals hart- en vaatziekten, chronische luchtweginfecties en allerlei ademhalingsstoornissen. Elk jaar sterven in ons land meer dan 20 000 mensen voortijdig aan de gevolgen van roken.

Het OIVO heeft in een onderzoek uit 2010 aangetoond dat het aantal dagelijkse rokers hoog blijft: het percentage rokers in België schommelt rond de 20 %¹. Het Wetenschappelijk Instituut Volksgezondheid heeft voorts het tabaksgebruik bij jongeren in kaart gebracht: in 2008 rookte een kwart van de jongeren tussen 15 en 24 jaar. Vervolgens blijkt het aantal rokers geleidelijk te stijgen tot ongeveer één op drie in de leeftijdsgroep van 45 tot 54 jaar. Pas vanaf de leeftijd van 55 jaar blijkt het aantal rokers in België af te nemen².

95 % van de Europese rokers steekt zijn eerste sigaret op vóór zijn vijftiengste, en 70 % zelfs vóór zijn achttiende. De groep rokers tussen 15 en 24 jaar begint met roken op de gemiddelde leeftijd van 15 jaar³.

Om in die rampzalige cijfers een kentering teweeg te brengen, zijn maatregelen genomen om het promoten van producten op basis van tabak te beperken, meer bepaald de wet van 10 december 1997 houdende verbod op de reclame voor tabaksproducten, waarbij de wet van 24 januari 1977 betreffende de bescherming van de gezondheid van de verbruikers op het stuk van de voedingsmiddelen en andere produkten werd gewijzigd.

De wet van 24 januari 1977 betreffende de bescherming van de gezondheid van de gebruikers op het stuk van de voedingsmiddelen en andere produkten regelt immers de reclame voor tabaksproducten. Artikel 7,

¹ OIVO, *Documentatiemap Roken*, uitgave 2012.

² Gisle, L., *Gezondheidsenquête 2008, Het gebruik van tabak*. Wetenschappelijk Instituut Volksgezondheid. 122 blz., online beschikbaar (geraadpleegd op 22 mei 2013).

³ Special Eurobarometer 385, *Attitudes of Europeans towards Tobacco*, mei 2012.

L'article 7, § 2bis, prévoit qu'il est interdit de faire de la publicité pour, et du parrainage par les, produits du tabac. Cette interdiction inclut toute communication ou action qui vise, directement ou indirectement, à promouvoir la vente, quels que soient l'endroit, le support ou la technique utilisés.

Cependant, quatre exceptions à cette interdiction sont prévues: par exemple, l'affichage de la marque d'un produit de tabac, à l'intérieur et sur la devanture de magasins de tabac et de magasins de journaux qui vendent des produits de tabac, est toujours autorisé.

Certaines publicités sont donc autorisées, mais pas toutes. En effet, comme le précise Jan Eyckmans, porte-parole du SPF Santé publique, Sécurité de la Chaîne alimentaire et Environnement, "les libraires peuvent, par exemple, toujours afficher le logo et le nom d'une marque de cigarettes sur la devanture du magasin, par contre, créer une véritable atmosphère autour d'une marque, comme auparavant avec le Marlboro-man, est désormais interdit".

Malheureusement, les magasins, en profitant de ces exceptions, franchissent fréquemment les limites de la loi. En 2012, un quart des librairies contrôlées étaient en infraction avec l'interdiction de publicité pour le tabac, selon des chiffres du service d'inspection du SPF précité.

Par ailleurs, les magasins vendant des produits de tabac sont généralement des lieux fréquentés par les jeunes en raison de la vente de sucreries, boissons, chips, etc. Selon une enquête menée par la "Fondation contre le cancer" auprès de 126 points de vente de tabac situés à moins d'un kilomètre d'une école, près de la moitié ont une publicité extérieure visible sur leur lieu de vente et 65 % affichent plusieurs publicités pour le tabac à l'intérieur de leur établissement. Dans un magasin sur six, la publicité envahit même tout le magasin.

De plus, la publicité influence les comportements. Différentes études ont déjà démontré leur impact, notamment sur les jeunes qui sont particulièrement exposés.

Lors du débat parlementaire sur l'interdiction pour la publicité pour le tabac en 1997⁴, il avait été mis en avant par différentes études que la publicité pouvait influencer fortement les comportements.

⁴ Débat parlementaire sur la loi du 10 décembre 1997 interdisant la publicité pour les produits du tabac: <http://www.lachambre.be/FLWB/pdf/49/0346/49K0346004.pdf>

§ 2bis, bepaalt: "Het is verboden reclame te voeren voor en te sponsoren door (...) tabaksproducten (...)". Dit verbod geldt voor "elke mededeling of handeling die rechtstreeks of onrechtstreeks tot doel heeft de verkoop te bevorderen, ongeacht de plaats, de aangewende communicatiemiddelen of de gebruikte technieken".

Er is echter voorzien in vier uitzonderingen op dat verbod: zo is bijvoorbeeld "het aanbrengen van het merk van een tabaksproduct op affiches in en aan de voorgevel van tabakswinkels en van krantenwinkels die tabaksproducten verkopen" nog altijd toegestaan.

Sommige reclamevormen zijn dus toegestaan, maar niet alle. "Een hele sfeer rond een sigarettenmerk creëren, zoals destijds met de Marlboro-man, mag niet meer", legt Jan Eyckmans, woordvoerder van de FOD Volksgezondheid [Veiligheid van de Voedselketen en Leefmilieu], uit. (...) Maar er zijn nog altijd uitzonderingen. Winkeliers mogen bijvoorbeeld wel nog het logo en [de] naam van een sigarettenmerk uithangen aan de voorgevel van hun winkel."⁴

Door van die uitzonderingen te profiteren, overschrijden handelszaken die tabaksproducten verkopen jammer genoeg vaak de grenzen van de wet. Volgens cijfers van de inspectiedienst van voormelde FOD overtrad in 2012 een kwart van de gecontroleerde krantenwinkels het verbod op tabaksreclame.

Voorts zijn de handelszaken die tabaksproducten verkopen over het algemeen plaatsen die vaak door jonge mensen worden bezocht omdat ze snoep, drankjes, chips enzovoort te koop aanbieden. Volgens een onderzoek dat de "Stichting tegen Kanker" heeft uitgevoerd bij 126 tabaksverkooppunten die gelegen zijn op minder dan één kilometer van een school, is er bij bijna de helft zichtbare reclame aanwezig; in 65 % van de gevallen hangen er verschillende tabaksreclameadvertenties binnen in de zaak en één op zes winkels hangt zelfs helemaal vol met reclame.

Bovendien beïnvloedt reclame het gedrag. Verschillende studies hebben de impact daarvan al aangetoond, vooral op jongeren, die er bijzonder sterk aan bloot staan.

Tijdens het parlementaire debat over het tabaksreclameverbod in 1997⁵ werd in verschillende onderzoeken beklemtoond dat reclame het gedrag fors kan beïnvloeden.

⁴ zie <http://www.deredactie.be/cm/vrtnieuws/binnenland/1.1548411>.

⁵ Parlementair debat over de wet van 10 december 1997 houdende verbod op de reclame voor tabaksproducten, zie <http://www.dekamer.be/FLWB/pdf/49/0346/49K0346004.pdf>.

Une étude approfondie sur l'impact de la publicité sur les jeunes a notamment été réalisée dans notre pays pour le compte du SPF précité⁵ et différentes hypothèses ont été confirmées par l'enquête.

Certaines sont particulièrement interpellantes, comme: "Les jeunes mentionnent moins les risques pour la santé que les adultes." et "Les jeunes ont une image plus positive du fumeur que les adultes."

Par ailleurs, la Belgique et l'Union européenne ont ratifié un traité (la convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac) reconnaissant que l'interdiction globale de la publicité, de la promotion et du parrainage réduira la consommation des produits du tabac⁶. Celui-ci demande notamment de bannir toute publicité pour le tabac, au plus tard en 2010.

Le Conseil européen travaille d'ailleurs actuellement à une directive "produits du tabac" mais qui ne vise malheureusement pas la publicité. Cependant, même si l'Union européenne n'a pas avancé dans cette voie, certains pays ont déjà légiféré, comme l'Islande, l'Irlande, la Norvège, la Finlande et le Royaume-Uni.

C'est pourquoi, la présente proposition de loi vise à interdire la publicité pour les produits de tabac dans tous les commerces, pour respecter, non seulement, la volonté de la convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac mais également le souhait de la majorité de la population belge: 67 % des personnes interrogées lors d'une enquête sont en effet favorables à une telle interdiction⁷.

COMMENTAIRES DES ARTICLES

Article 2

Cet article prévoit de supprimer l'exception à l'interdiction de faire de la publicité pour, et du parrainage par, le tabac, les produits à base de tabac et les produits similaires, qui est prévue pour les magasins vendant du tabac.

⁵ À cette époque, cette administration s'appelait "Ministère de la Santé publique".

⁶ Article 13 de la convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac, 2005. <http://whqlibdoc.who.int/publications/2003/9242591017.pdf>

⁷ "La publicité pour le tabac dans les points de vente à proximité des écoles secondaires", "Fondation contre le Cancer", 2013.

Zo werd in ons land, voor rekening van voormelde FOD⁶, een uitgebreide studie over de impact van reclame op jongeren verricht; dat onderzoek bevestigt verschillende hypothesen.

Sommige zijn bijzonder frappant zoals: "jongeren vermelden de gezondheidsrisico's minder dan volwassenen", alsmede "de jongeren hebben een gunstiger beeld van rokers dan de volwassenen".

Bovendien hebben België en de Europese Unie een verdrag geratificeerd (het WHO-Kaderverdrag inzake tabaksontmoediging); aldus erkennen zij dat een alomvattend verbod op reclame, promotie en sponsoring het verbruik van tabaksproducten zal doen dalen⁷. In het verdrag werd met name gevraagd uiterlijk in 2010 alle tabaksreclame te verbieden.

De Europese Raad werkt momenteel trouwens aan een "Tabaksproductenrichtlijn", maar reclame wordt daarin jammer genoeg buiten beschouwing gelaten. Ook al heeft de Europese Unie geen verdere stappen meer gezet, toch zijn sommige landen zoals IJsland, Ierland, Noorwegen, Finland en Groot-Brittannië al met wetgeving gekomen.

Daarom strekt dit wetsvoorstel ertoe reclame voor tabaksproducten te verbieden in alle winkels. Zo wordt niet alleen rekening gehouden met het in het WHO-Kaderverdrag inzake tabaksontmoediging vervatte streven, maar ook met de wens van de meerderheid van de Belgen: 67 % van de via een enquête ondervraagde personen is immers voor een dergelijk verbod te vinden⁸.

TOELICHTING BIJ DE ARTIKELEN

Artikel 2

Dit artikel voorziet in de opheffing van de voor winkels die tabak verkopen geldende uitzondering op het verbod reclame te voeren voor en te sponsoren door tabak, producten op basis van tabak en soortgelijke producten.

⁶ Toentertijd heette die overheidsdienst het "ministerie van Volksgezondheid".

⁷ Artikel 13 van het WGO-Raamverdrag inzake de controle op tabak, 2005, zie <http://whqlibdoc.who.int/publications/2003/9241591013.pdf>.

⁸ "Tabaksreclame in verkooppunten in de nabijheid van secundaire scholen", "Stichting tegen Kanker", 2013. Te vinden op http://www.kanker.be/sites/default/files/rapport_Stichting_tegen_Kanker_tabaksreclame.pdf.

Art. 3

Un délai de six mois est prévu pour l'entrée en vigueur, afin de garantir aux services administratifs le temps nécessaire pour prendre les dispositions afin de mettre en place un contrôle efficace des entreprises, mais aussi pour permettre aux entreprises de modifier leurs magasins afin de répondre à cette nouvelle législation.

Catherine FONCK (cdH)
Mie-Jeanne NYANGA-LUMBALA (cdH)

Art. 3

Voor de inwerkingtreding wordt een termijn van zes maanden uitgetrokken, waardoor de administratieve diensten de nodige tijd krijgen om schikkingen te treffen zodat ze de bedrijven efficiënt kunnen controleren, maar tevens om de bedrijven in staat te stellen hun winkels aan te passen aan de voorschriften van deze nieuwe wet.

PROPOSITION DE LOI**Article 1^{er}**

La présente loi règle une matière visée par l'article 78 de la Constitution.

Art. 2

Dans l'article 7, § 2*bis*, de la loi du 24 janvier 1977 relative à la protection de la santé des consommateurs en ce qui concerne les denrées alimentaires et les autres produits, inséré par la loi du 10 décembre 1997, au 2°, modifié par la loi du 19 juillet 2004, les mots "l'affichage de la marque d'un produit de tabac à l'intérieur et sur la devanture de magasins de tabac et de magasins de journaux qui vendent des produits de tabac;" sont abrogés.

Art. 3

La présente loi entre en vigueur le premier jour du sixième mois qui suit celui de sa publication au *Moniteur belge*.

1^{er} août 2013

Catherine FONCK (cdH)
Mie-Jeanne NYANGA-LUMBALA (cdH)

WETSVOORSTEL**Artikel 1**

Deze wet regelt een aangelegenheid als bedoeld in artikel 78 van de Grondwet.

Art. 2

In artikel 7, § 2*bis*, van de wet van 24 januari 1977 betreffende de bescherming van de gezondheid van de gebruikers op het stuk van de voedingsmiddelen en andere produkten, ingevoegd bij de wet van 10 december 1997, worden in het 2°, als gewijzigd bij de wet van 19 juli 2004, de woorden "het aanbrengen van het merk van een tabaksproduct op affiches in en aan de voorgevel van tabakswinkels en van krantenwinkels die tabaksproducten verkopen;" weggelaten.

Art. 3

Deze wet treedt in werking op de eerste dag van de zesde maand die volgt op de bekendmaking ervan in het *Belgisch Staatsblad*.

1 augustus 2013