
**Kamer
van Volksvertegenwoordigers**

BUITENGEWONE ZITTING 1988

7 JULI 1988

WETSVOORSTEL

**waarbij reclame voor
tabaksprodukten wordt verboden**

(Ingediend door de heer Di Rupo)

TOELICHTING

DAMES EN HEREN,

Om het tabaksverbruik en inzonderheid de reclame voor tabak te bestrijden werden al heel wat maatregelen getroffen. De voornaamste daarvan zijn :

— het besluit van de Regent van 11 februari 1946 houdende goedkeuring van de Titels I en II van het Algemeen Reglement voor Arbeidsbescherming (schouwburgzalen);

— de wet van 3 april 1975 tot bescherming tegen de gevaren van het roken van sigaretten ;

— het koninklijk besluit van 15 september 1976 houdende reglement op de politie van het personenvervoer per tram, pre-metro, metro, autobus en autocar (art.35) ;

— het koninklijk besluit van 28 december 1979 betreffende het fabriceren en het in de handel brengen van tabak, produkten op basis van tabak en soortgelijke produkten ;

— het decreet van de Raad van de Franse Gemeenschap van 2 december 1982 betreffende de strijd tegen het tabaksverbruik ;

— het koninklijk besluit van 20 december 1982 betreffende de reclame voor tabak, produkten op basis van tabak en soortgelijke produkten ;

— Het koninklijk besluit van 31 maart 1987 tot het verbieden van het roken in bepaalde openbare plaatsen ;

**Chambre
des Représentants**

SESSION EXTRAORDINAIRE 1988

7 JUILLET 1988

PROPOSITION DE LOI

**interdisant la publicité en
faveur des produits du tabac**

(Déposée par M. Di Rupo)

DEVELOPPEMENTS

MESDAMES, MESSIEURS,

De nombreuses dispositions ont été prises pour lutter contre le tabagisme et en particulier contre la publicité pour le tabac. Les plus importantes sont :

— L'arrêté du Régent du 11 février 1946 portant approbation du Règlement général pour la Protection du Travail (salles de spectacles);

— La loi du 3 avril 1975 relative à la protection contre les dangers de la cigarette ;

— l'arrêté royal du 15 septembre 1976 portant règlement sur la police des transports de personnes par tram, pré-métro, métro, autobus et autocar (article 35) ;

— L'arrêté royal du 28 décembre 1979 relatif à la fabrication et à la mise dans le commerce de tabac, de produits à base de tabac et de produits similaires ;

— Le Décret du Conseil de la Communauté française du 2 décembre 1982 relatif à la lutte contre le tabagisme ;

— L'arrêté royal du 20 décembre 1982 relatif à la publicité pour le tabac, les produits à base de tabac et les produits similaires ;

— L'arrêté royal du 31 mars 1987 portant interdiction de fumer dans certains lieux publics ;

— de Resoluties van het Europese Parlement van 12 maart 1982 en 11 februari 1988 over de bestrijding van het tabaksverbruik.

Ziekten en dood

De kwalijke gevolgen van het roken zijn algemeen bekend.

Professor Marcel Frydmann verklaart dat roken alleen maar tot ziekte en dood leidt.

Niet-rokers die geregeld met rokers omgaan, zijn het slachtoffer van passief roken, dat de ogen, de neus en de keel irriteert; passieve rokers hebben ook last van hoofdpijn, misselijkheid of hoestaanvallen. De symptomen worden heviger naarmate de blootstelling duurt en de omgevingslucht droger wordt.

Voorts nemen de fysieke prestaties van niet-rokers af wanneer zij worden blootgesteld aan een zelfde concentratie koolstofmonoxyde als in een beroekte atmosfeer.

De rokers zelf spelen letterlijk met hun leven. Zo hebben tal van onderzoeken die op groepen zwangere vrouwen zijn verricht, bevestigd dat de gezondheid van de foetus en van de pasgeborene gevaar loopt als de aanstaande moeder veel rookt.

Het lijkt geen twijfel dat er een verband bestaat tussen het roken van sigaretten tijdens de zwangerschap en het gevaar voor een spontane of voortijdige abortus, een lager lichaamsgewicht en een kleinere gestalte bij de geboorte, een grotere gevoeligheid voor infecties en een minder gunstige lichamelijke ontwikkeling van het kind.

Bij rokers werden niet onbelangrijke gevolgen op bepaalde intellectuele functies geconstateerd. Tal van deskundigen zijn van oordeel dat vroegtijdig tabaksverbruik kan leiden tot geestelijke apathie en minder goede studieresultaten.

Roken vermindert de fysieke prestaties en bespoedigt het psychische en fysieke verouderingsproces.

Het tabaksverbruik is ongetwijfeld een beslissende factor in de ontwikkeling van chronische bronchitis, waarbij de sigaret een veel belangrijker rol speelt dan bijvoorbeeld de luchtvervuiling.

De kans om aan een kroonslagadertrombose te overlijden zou bij sterke rokers driemaal groter en bij rokers uit alle categorieën tweemaal groter zijn dan bij niet-rokers.

In de regel zou het risico van een dodelijke kanker bij rokers 110 maal hoger liggen dan bij niet-rokers.

Over het geheel genomen kan aan de hand van statistieken worden gesteld dat het roken van 10 sigaretten per dag het leven met 2 tot 3 jaar verkort, van 20 sigaretten per dag met 5 à 7 jaar en van 40 sigaretten per dag met 8 tot 10 jaar.

— Les Résolutions du Parlement européen des 12 mars 1982 et 11 février 1988 sur la lutte contre le tabagisme.

Les maladies et la mort

Les méfaits graves du tabac sont largement connus.

Comme l'affirme le Professeurs Marcel Frydmann, les seules promesses du tabac sont les maladies et la mort.

Les non-fumeurs qui cotoient les fumeurs sont victimes d'un tabagisme passif occasionnant des irritations des yeux, du nez et de la gorge; on observe également chez les fumeurs passifs, des maux de tête, des nausées ou des accès de toux. Et l'intensité des symptômes est en rapport avec la durée de l'exposition et la sécheresse de l'air ambiant.

De plus, la performance physique des non-fumeurs est diminuée lorsque les sujets sont soumis à une concentration d'oxyde de carbone de niveau équivalent à celui d'une atmosphère enfumée.

Les fumeurs proprement dits jouent littéralement avec leur existence. Ainsi, les nombreuses études effectuées sur des groupes de femmes enceintes ont confirmé les effets dommageables du tabagisme maternel sur la santé du fœtus et du nouveau-né.

La relation entre la consommation de cigarettes pendant la grossesse, d'une part, et le risque d'avortement spontané ou de prématuré, le poids et la taille inférieurs à la naissance, une sensibilité plus grande aux infections, un développement physique moins favorable de l'enfant, de l'autre, ne semble faire aucun doute.

Des répercussions non négligeables sur certaines fonctions intellectuelles ont été constatées auprès des fumeurs. Bon nombre d'experts estiment que l'usage précoce du tabac est susceptible d'entraîner l'apathie intellectuelle et la diminution du rendement scolaire.

Le tabac réduit les performances physiques et accélère le vieillissement sur tous les plans.

L'usage du tabac constitue certainement un facteur essentiel dans le développement de la bronchite chronique où la cigarette joue un rôle bien plus important que la pollution atmosphérique par exemple.

Le risque de décès par thrombose coronarienne serait trois fois plus élevé chez les grands fumeurs de toute catégorie que chez les non-fumeurs.

D'une manière générale, le risque de mourir du cancer serait, chez les fumeurs, 110 fois supérieur à celui des non-fumeurs.

Dans l'ensemble, les statistiques permettent d'affirmer que la consommation de 10 cigarettes par jour abrège la vie de 2 à 3 ans, celle de 20 cigarettes par jour, de 5 à 7 ans et celle de 40 cigarettes par jour de 8 à 10 ans.

Zoals het in een verklaring van de Wereldgezondheidsorganisatie luidt, is de sigaret (lees tabak) een werktuig des doods. Daartegenover kan men zich niet langer meer neutraal opstellen !

De verbruiker als speelbal

Uit studies blijkt dat rokers trouw zijn aan « hun merk ». Om de verkoop op te drijven kan de tabaksnijverheid niet anders dan niet-rokers ertoe aanzetten haar tabaksprodukten te verbruiken door de betrokkenen te bewerken nog voor ze ooit hebben gerookt.

Jongeren zijn het gedroomde doelwit, vooral omdat ook zij trouw zullen zijn aan « hun merk ».

Volgens sommige deskundigen wordt de rookgewoonte tussen 10 en 12 jaar aangenomen. Men kan zich bijgevolg gemakkelijk voorstellen wie het bevoorrechte doelwit is van de door de tabaksnijverheid gevoerde reclamecampagnes.

De reclame hanteert vaak een seksuele symboliek en legt handig een verband tussen een voorwerp en het tabaksprodukt waarvoor men een markt zoekt.

Dat soort van reclame overspoelt het communicatielandschap. Sommige reclames doen alsof ze de verkoop van matches (lucifers) of lighters (aanstekers) willen bevorderen. De achterliggende bedoeling is vanzelfsprekend het publiek tot tabaksverbruik aan te zetten.

Een van de reclames die straten en pleinen ontstiert, gaat erg arglistig te werk. Zij voert twee van gezondheid blakende jongeren ten tonele. Het meisje vraagt aan de jongen « Weet je wat je mist ? » Het antwoord luidt : « Iets bijzonders ». Op de reclame is een pakje zichtbaar dat sterk lijkt op een pakje sigaretten en waarop vrijwel onleesbaar het woord « matches » staat.

Van een andere reclame van het Informatie- en Documentatiecentrum voor tabak luidt de tekst « Rook ik of rook ik niet? - Geen belang, zolang men maar hoffelijk blijft ». Dergelijke reclames zetten de jongeren aan tot roken. De eerste blijkt te insinueren dat jongeren moeten roken willen ze « in » zijn. De tweede reclame maakt het roken tot een alledaagse aangelegenheid en scheert niet-rokers over één kam met rokers.

Onlangs werd een Ukkelse kinderarts door de politie aangesproken. Hij was doende de reclame met de jongen en het meisje aan te vullen met de commentaar « Een stevige kanker ».

Gelet op de schadelijke gevolgen van het tabaksverbruik voor de gezondheid van de bevolking en van jongeren in het bijzonder, is het van het grootste belang de reclame voor tabak aan strengere regels te onderwerpen.

Comme l'affirme l'Organisation Mondiale pour la Santé, la cigarette (entendez le tabac) est un instrument de la mort à l'égard duquel la neutralité n'est plus possible !

La manipulation du consommateur

Les études montrent que les fumeurs sont fidèles à « leur marque ». Pour accroître leurs ventes, les industries du tabac n'ont d'autres moyens que d'amener les non-fumeurs à consommer des produits à base de tabac en les manipulant antérieurement à toutes expériences tabagiques.

La cible idéale est constituée par des individus jeunes d'autant qu'ils seront, eux aussi, fidèles à « leur marque ».

Selon certains experts, l'habitude du tabagisme est prise entre 10 et 12 ans. On imagine aisément quelle est la cible privilégiée des campagnes de publicité de ces industries.

Dans les publicités, on retrouve fréquemment le symbolisme sexuel et le phénomène d'amalgame entre un objet et le produit à base de tabac que l'on veut promouvoir.

Ces publicités envahissent l'espace de communication. Certaines feignent de promouvoir des matches (allumettes) ou des lighters (briquets). L'objectif est bien entendu d'inciter le public à consommer du tabac.

L'une de ces publicités est fort insidieuse. Elle fait intervenir deux jeunes en pleine santé. La fille dit au garçon « Tu sais ce qui te manque ? » La réponse est « Quelque chose de spécial », et on y voit un paquet pareil à celui de cigarettes sur lequel il est indiqué de manière presque illisible « matches ».

Une autre publicité du Centre d'informations et de documentation sur le tabac mentionne « Je fume ou je ne fume pas ? - peu importe pourvu qu'on soit courtois ». Ces publicités incitent les jeunes à fumer. La première semble insinuer que pour être un jeune « dans le coup », il faut être fumeur. La seconde banalise le phénomène du tabagisme et assimile les non-fumeurs aux fumeurs.

Récemment, un pédiatre a été interpellé par la police à Uccle. Il badigeonnait une publicité pour les cigarettes en y ajoutant « un bon cancer ».

Eu égard aux méfaits du tabac sur la santé de la population et des jeunes en particulier, il est de la plus haute importance de réglementer d'une manière plus stricte la publicité pour le tabac.

Zwakke punten in de huidige wetgeving

Inzake reclame schuilen in de huidige wetgeving drie ontegensprekelijk zwakke punten. Het eerste heeft betrekking op de opheffing van het verbod om reclame te maken door middel van voertuigen wanneer deze in wedstrijdverband worden gebruikt. Bijgevolg worden autoraces, die geregeld via de televisie worden uitgezonden, omgetoverd tot gigantische reclamecampagnes ten gunste van alle grote sigarettenmerken die gelijktijdig door verscheidene tientallen miljoenen mensen worden bekeken.

Het tweede punt betreft het verbod de merknaam of de afbeelding van het daarop betrekking hebbende symbool op gebruiksvoorwerpen aan te brengen. Dit verbod geldt niet wanneer die voorwerpen met tabaksverbruik te maken hebben. Derhalve blijft elke vorm van reclame mogelijk indien op de affiche een luciferdoosje of een aansteker in beeld wordt gebracht, die er vaak net uitziet als het pakje sigaretten zelf. Dank zij die regeling kunnen bovendien de in de wetgeving vervatte beperkingen worden omzeild en zelfs belachelijk worden gemaakt.

Het derde punt heeft te maken met de strafmaat. Deze is te zwak, gelet op de middelen die de tabaksnijverheid aanwendt om haar communicatiecampagne uit te voeren.

Dit wetsvoorstel heeft tot doel twee van die drie leemten aan te vullen. Het zou van weinig realiteitszin getuigen mocht reclame op racewagens alleen in België worden verboden. De maatregel zou ten minste op Europees vlak moeten worden getroffen.

Het spreekt vanzelf dat in een min of meer nabije toekomst alle tabaksreclame volstrekt moet worden verboden. De in dit voorstel aanbevolen maatregelen moeten bijgevolg worden beschouwd als een fase in het proces dat tot een algeheel verbod moet leiden.

COMMENTAAR BIJ DE ARTIKELEN**Artikel 1**

Het begrip « tabaksprodukten » wordt op zo'n manier omschreven dat het elk gebruiksprodukt omvat dat direct of indirect met het tabaksverbruik is verbonden. Dank zij die omschrijving kunnen « valse reclamecampagnes » voor lucifers en aanstekers worden verboden.

Art. 2

Ten opzichte van de huidige wetgeving bestaat de belangrijkste wijziging erin elke reclame te verbieden voor tabaksprodukten waarvan het merksymbool of

Les faiblesses de la législation actuelle

En matière de publicité, la législation actuelle présente trois faiblesses d'importance non négligeable. La première concerne la suppression de l'interdiction de la publicité au moyen de véhicules lorsque ceux-ci sont utilisés dans le cadre d'une compétition. Par conséquent, les courses automobiles, régulièrement retransmises par la télévision, se transforment en gigantesques campagnes publicitaires en faveur de toutes les grandes marques de cigarettes et elles sont visionnées simultanément par plusieurs dizaines de millions de spectateurs.

La deuxième, concerne l'interdiction de la notation du nom de la marque, ou de la représentation de son emblème, sur des objets usuels. Celle-ci ne s'applique pas lorsque ces objets sont liés à l'usage du tabac. Dans ces conditions, toute forme de publicité reste possible si, sur l'affiche, le visuel exhibe un briquet ou un paquet d'allumettes d'apparence souvent identique au paquet de cigarettes lui-même. Cette disposition permet, en outre, de contourner, voire de ridiculiser les limitations prévues par la législation.

La troisième concerne les sanctions. Celles-ci sont trop faibles eu égard aux moyens mis par les industries du tabac pour réaliser leur campagne de communication.

La présente proposition de loi vise à rencontrer deux de ces trois faiblesses. Il n'est pas réaliste d'interdire toute publicité au moyen de véhicules de compétition seulement en Belgique. La mesure devrait au moins être prise au niveau européen.

Bien entendu, dans un avenir plus ou moins rapproché, il conviendra d'interdire complètement toute publicité en faveur du tabac. Les dispositions doivent donc être considérées comme une étape dans le processus d'interdiction totale.

COMMENTAIRE DES ARTICLES**Article 1^{er}**

La notion de « produits du tabac » est définie de manière telle qu'elle comprend tout produit usuel lié directement ou indirectement à l'usage du tabac. Cette définition permet d'arrêter les « fausses campagnes publicitaires » pour les allumettes et briquets.

Art. 2

Par rapport à la législation existante, la principale modification consiste en l'interdiction de toute publicité pour les produits du tabac dont l'utilisation de

de merknaam of nog, elke andere afbeelding die daar-naar kan verwijzen, op gebruiksvoorwerpen is aan-gebracht.

Art. 3

Het bepaalde in dit artikel heeft tot doel een einde te maken aan reclamecampagnes die, hoewel ze sigaretten, aanstekers of lucifers niet duidelijk op de voorgrond brengen, niettemin het roken tot voorwerp hebben.

Art. 4

Dit artikel regelt op uiterst beperkende wijze de gevallen bedoeld in artikel 2 waarvoor reclame is toegestaan.

Art. 5

De strafmaat wordt aanzienlijk opgetrokken ten-einde ze in overeenstemming te brengen met de mid-delen die de tabaksnijverheid aanwendt om de ver-koop van haar produkten te bevorderen.

WETSVOORSTEL

Artikel 1

Voor de toepassing van deze wet worden als tabaks-produkt beschouwd :

1° elk produkt dat bestemd is om te worden ge-rookt, ook al bestaat het slechts ten dele uit tabak;

2° tabak, produkten op basis van tabak en soort-gelijke produkten zoals die zijn omschreven in arti-kel 1 van het koninklijk besluit van 28 december 1979 betreffende het fabriceren en het in de handel bren-gen van tabak, produkten op basis van tabak en soort-gelijke produkten;

3° elk gebruiksvoorwerp dat direct of indirect met tabaksverbruik is verbonden.

Als reclame wordt beschouwd elke willekeurige mededeling die verspreid wordt met het directe of indirecte doel de verkoop te bevorderen, ongeacht de plaats of het aangewende middel.

l'emblème, de la marque ou toute autre représenta-tion susceptible de s'y référer sur des objets usuels.

Art. 3

Les dispositions de cet article visent à mettre fin à des campagnes de publicité qui ne mettent pas en évidence les cigarettes, briquets ou allumettes, mais traitent néanmoins de l'action de fumer.

Art. 4

Cet article règle de manière très restrictive les cas prévus à l'article 2 pour lesquels la publicité est autorisée.

Art. 5

Les peines sont sensiblement accrues afin de les faire correspondre aux moyens mis en oeuvre par les industries du tabac pour promouvoir leurs produits.

E. DI RUPO

PROPOSITION DE LOI

Article 1^{er}

Sont considérés comme produits du tabac pour l'ap-plication de la présente loi :

1° tout produit destiné à être fumé, dès lors qu'il est, même partiellement, constitué de tabac;

2° le tabac, les produits à base de tabac et les pro-duits similaires tels qu'ils sont définis à l'article 1^{er} de l'arrêté royal du 28 décembre 1979 relatif à la fabri-cation et à la mise dans le commerce de tabac et de produits similaires;

3° tout objet usuel lié directement ou indirecte-ment à l'usage du tabac;

Est considéré comme publicité, toute communica-tion généralement quelconque diffusée dans le but direct ou indirect de promouvoir la vente, quel que soit le lieu ou le moyen mis en oeuvre.

Art. 2

Het is verboden voor tabak reclame te maken door middel van enigerlei medium en in ieder geval :

- 1° over de radio of op de televisie;
 - 2° door middel van luchtschepen, schepen, motoren of voertuigen, met uitzondering van die welke aan wedstrijden deelnemen.
- Deze bepaling is niet van toepassing op voertuigen die voor het vervoer van tabaksprodukten worden gebruikt;
- 3° in de vorm van films, videocassettes, diapositieven, andere wijzen van projectie of enig ander audiovisueel middel;
 - 4° door het verspreiden en thuisbezorgen van zelfklevers of afzonderlijke reclamefolders;
 - 5° door mondelinge aanbevelingen in het openbaar;
 - 6° door de kosteloze uitdeling van tabaksprodukten;
 - 7° door lichtreclame, behalve aan de binnen- of buitenzijde van lokalen waar tabaksprodukten normaal worden verkocht;
 - 8° door middel van affiches of borden, behalve in lokalen waar tabaksprodukten normaal worden verkocht;
 - 9° door het gebruik van het merksymbool of de merknaam van tabaksprodukten, of door het aanbrengen van iedere andere afbeelding die daarnaar kan verwijzen op gebruiksvoorwerpen;
 - 10° in dagbladen, tijdschriften en andere gedrukte publikaties.

Art. 3

Elke reclame die het roken direct of indirect vermeldt, is verboden.

Art. 4

In de in artikel 2 bepaalde gevallen is reclame voor tabaksprodukten alleen toegestaan op de volgende voorwaarden :

- 1° de reclame mag uitsluitend de volgende gegevens bevatten :
 - a) de naam en het adres van de fabrikant, de importeur of de verdeler;
 - b) de benaming en de aard van de produkten;
 - c) het merk en het merksymbool;
 - d) het teer- en het nicotinegehalte;
 - e) gegevens in verband met de prijs en de hoeveelheid.
- 2° voor reclame door middel van affiches of borden :
 - a) mag de oppervlakte niet groter zijn dan 2m² per affiche en per merk, onverminderd het bepaalde in het 1°;

Art. 2

Il est interdit de faire la publicité en faveur de produits du tabac au moyen de tout support et en tout cas :

- 1° à la radio ou à la télévision;
 - 2° au moyen d'aéronefs, de bateaux, de motos ou de véhicules à l'exception de ceux qui participent à des compétitions.
- La présente disposition ne s'applique pas aux véhicules qui servent aux transports de produits du tabac.
- 3° sous forme de films, de vidéocassettes, de diapositives, d'autres projections ou de tout autre moyen audio-visuel;
 - 4° par la distribution et la remise à domicile d'autocollants ou de prospectus publicitaires séparés;
 - 5° par des recommandations orales en public;
 - 6° par la distribution gratuite de produits du tabac;
 - 7° par la publicité lumineuse sauf à l'intérieur ou à l'extérieur des locaux où les produits du tabac sont mis dans le commerce par la voie normale;
 - 8° au moyen d'affiches ou de panneaux sauf dans les locaux où les produits du tabac sont mis dans le commerce par la voie normale;
 - 9° par l'utilisation de l'emblème de la marque ou du nom de la marque des produits du tabac, ou par l'utilisation de toute autre représentation susceptible de s'y référer, sur des objets usuels.
 - 10° dans tous les journaux, périodiques et autres publications écrites.

Art. 3

Toutes publicités mentionnant directement ou indirectement l'action de fumer sont interdites.

Art. 4

Dans les cas prévus à l'article 2, la publicité en faveur des produits du tabac n'est autorisée qu'aux conditions suivantes :

- 1° la publicité ne peut comporter que les éléments suivants :
 - a) le nom et l'adresse du fabricant, de l'importateur ou du distributeur;
 - b) les dénominations et la nature des produits;
 - c) la marque et l'emblème de la marque;
 - d) la teneur en goudron et en nicotine;
 - e) les données relatives au prix et à la quantité.
- 2° pour la publicité au moyen d'affiches ou de panneaux :
 - a) la superficie ne peut pas dépasser 2m² par affiche et par marque, en plus des dispositions prises au 1°;

b) mag niet meer dan één affiche per merk en per gezichtsveld worden gebruikt;

3° in elke reclame voor tabaksprodukten moet naar gelang van de taal waarin zij is opgesteld een van de volgende vermeldingen voorkomen :

« Le tabac nuit à la santé »

« Tabak schädigt die Gesundheit »

« Tabak schaadt de gezondheid »

De vermelding moet duidelijk zichtbaar en goed leesbaar in zwarte lettertekens op witte achtergrond horizontaal worden aangebracht. Zij mag niet door een andere vermelding verborgen, bedekt of gescheiden zijn.

Art. 5

Overtredingen van deze wet worden opgespoord, vervolgd en gestraft met gevangenisstraf van een maand tot een jaar en met geldboete van 500 000 frank tot 30 000 000 frank of met een van die straffen alleen.

Deze bepaling is van toepassing op degene die tabaksprodukten fabriceert, invoert, in de handel brengt, distribueert of de verkoop ervan bevordert.

Art. 6

Deze wet treedt in werking op de eerste dag van de zevende maand die volgt op die waarin zij in het *Belgisch Staatsblad* is bekendgemaakt.

Art. 7

Het koninklijk besluit van 20 december 1982 betreffende de reclame voor tabak, produkten op basis van tabak en gelijksoortige produkten wordt opgeheven.

2 juni 1988.

b) une seule affiche peut être utilisée par marque et par champ visuel;

3° toute publicité en faveur de produits du tabac comporte selon la langue dans laquelle elle est rédigée, une des mentions suivantes :

« Le tabac nuit à la santé »

« Tabak schädigt die Gesundheit »

« Tabak schaadt de gezondheid »

La mention doit être apposée de façon horizontale clairement visible, bien lisible, en caractères noirs sur fonds blanc. Elle ne peut être dissimulée, voilée ou interrompue par une autre mention.

Art. 5

Les infractions à la présente loi seront recherchées, poursuivies et punies d'un emprisonnement de un mois à un an et d'une amende de 500 000 francs à 30 000 000 francs ou l'une de ces peines seulement.

La présente disposition s'applique à celui qui fabrique, importe, introduit dans le commerce, distribue ou promeut le produit du tabac.

Art. 6

La présente loi entre en vigueur le premier jour du septième mois qui suit celui au cours duquel elle aura été publiée au *Moniteur belge*.

Art. 7

L'arrêté royal du 20 décembre 1982 relatif à la publicité pour le tabac, les produits à base de tabac et les produits similaires est abrogé.

2 juin 1988.

E. DI RUPO
E. KLEIN
S. DE RAET
J.P. VANCROMBRUGGEN