

Chambre des Représentants de Belgique

SESSION ORDINAIRE 1996-1997 (*)

24 DÉCEMBRE 1996

PROPOSITION DE LOI interdisant la publicité pour les produits du tabac

RAPPORT COMPLEMENTAIRE

FAIT AU NOM DE LA COMMISSION DE
LA SANTE PUBLIQUE, DE L'ENVIRONNEMENT
ET DU RENOUVEAU DE LA SOCIETE (1)

PAR MME Ingrid van KESSEL

MESDAMES, MESSIEURS,

Votre commission a réexaminé cette proposition
de loi le 17 décembre 1996.

(1) Composition de la Commission :

Président : Mme Vanlerberghe.

A. — **Titulaires :**

C.V.P. M. Brouns, Mme Gardeyn-Debever, M. Van Erps, Mme van Kessel.
P.S. MM. Biefnot, Dallons, Minne.
V.L.D. MM. Anthuenis, Valkeniers, Van Aperen.
S.P. MMes Dejonghe, Vanlerberghe.
P.R.L. MM. Denis, Seghin.
F.D.F.
P.S.C. M. Lespagnard.
VI. M. Van den Eynde.
Blok
Agalev/M. Detienne.
Ecolo

B. — **Suppléants :**

Mme Creyf, M. Goutry, Mme Hermans, MM. Vandeurzen, Vermeulen.
MM. Delizée, Larcier, Moock, Moriau.
MM. Chevalier, Daems, Taelman, van den Abeelen.
MM. Bonte, Cuyt, Janssens (R.).
MM. Bacquelaine, D'hondt (D.), Vandenhante.
M. Beaufays, Mme Cahay-André.
M. Buisseret, Mme Colen.
MM. Deleuze, Lozie.

Voir :

- 346 - 95 / 96 :

- N°1 : Proposition de loi de M. Vanvelthoven, Mme Vanlerberghe et M. Cuyt.
- N°2 et 3 : Amendements.
- N°4 : Rapport.
- N°5 : Texte adopté par la commission.
- N°6 et 7 : Amendements.

Voir également :

- N°9 : Texte adopté par la commission.

(*) Troisième session de la 49^e législature.

Belgische Kamer van Volksvertegenwoordigers

GEWONE ZITTING 1996-1997 (*)

24 DECEMBER 1996

WETSVOORSTEL houdende verbod op de reclame voor tabaksprodukten

AANVULLEND VERSLAG

NAMENS DE COMMISSIE VOOR DE VOLKSGEZONDHEID, HET LEEFMILIEU EN DE MAATSCHAPPELIJKE HERNIEUWING (1)

UITGEBRACHT DOOR MEVR. Ingrid van KESSEL

DAMES EN HEREN,

Uw commissie heeft dit wetsvoorstel andermaal besproken op 17 december 1996.

(1) Samenstelling van de Commissie :

Voorzitter : Mevr. Vanlerberghe.

A. — **Vaste leden :**

C.V.P. H. Brouns, Mevr. Gardeyn-Debever, H. Van Erps, Mevr. van Kessel.
P.S. HH. Biefnot, Dallons, Minne.
V.L.D. HH. Anthuenis, Valkeniers, Van Aperen.
S.P. Mevr. Dejonghe, Vanlerberghe.
P.R.L. HH. Denis, Seghin.
F.D.F.
P.S.C. H. Lespagnard.
VI. H. Van den Eynde.
Blok
Agalev/H. Detienne.
Ecolo

B. — **Plaatsvervangers :**

Mevr. Creyf, H. Goutry, Mevr. Hermans, HH. Vandeurzen, Vermeulen.
HH. Delizée, Larcier, Moock, Moriau.
HH. Chevalier, Daems, Taelman, van den Abeelen.
HH. Bonte, Cuyt, Janssens (R.).
HH. Bacquelaine, D'hondt (D.), Vandenhante.
H. Beaufays, Mevr. Cahay-André.
H. Buisseret, Mevr. Colen.
HH. Deleuze, Lozie.

Zie :

- 346 - 95 / 96 :

- N°1 : Wetsvoorstel van de heer Vanvelthoven, mevrouw Vanlerberghe en de heer Cuyt.
- Nrs 2 en 3 : Amendementen.
- N°4 : Verslag.
- N°5 : Tekst aangenomen door de commissie.
- Nrs 6 en 7 : Amendementen.

Zie ook :

- N°9 : Tekst aangenomen door de commissie.

(*) Derde zitting van de 49^e zittingsperiode.

PROCEDURE

Par décision du 7 novembre 1996, l'assemblée plénière de la Chambre a renvoyé une nouvelle fois cette proposition de loi à votre commission, afin qu'elle examine les observations formulées par la Commission européenne et quatre Etats membres de l'Union européenne en vertu des articles 8.2 et 9.2 de la directive 83/189/CEE (voir annexe).

Le 26 novembre 1996, *Mme Vanlerberghe* a présenté un amendement (n° 18 — Doc. n° 346/6) visant à répondre aux objections soulevées en modifiant l'article 3.

Une proposition de MM. Valkeniers et Seghin visant à inviter le président de la Chambre à demander l'avis du Conseil d'Etat sur cet amendement est rejetée par 8 voix contre 5.

DISCUSSION

M. Van den Eynde fait tout d'abord observer que la réglementation proposée entraînera un manque à gagner pour le Trésor et que l'argent de la publicité prendra le chemin de l'étranger. Les publicités des grands cigarettiers seront de toute façon toujours présentes en Belgique du fait de l'exception accordée aux publications étrangères. La proposition à l'examen ne sert dès lors qu'à jeter de la poudre aux yeux de la population. L'interdiction produira l'effet inverse de celui qui est souhaité.

M. Denis estime que l'amendement de *Mme Vanlerberghe* ne répond pas aux objections soulevées par les partenaires européens. Comment peut-on définir le marché belge de telle manière que l'application de la loi ne crée pas d'insécurité juridique ?

En outre, les marques belges, tributaires de la publicité faite en Belgique, sont discriminées par rapport aux marques étrangères qui peuvent contourner facilement l'interdiction. La proposition viole l'article 30 du traité de Rome. Qui plus est, elle est contraire au traité de Paris, ses auteurs ayant cru bon d'étendre son champ d'application de la publicité proprement dite à l'utilisation de marques et de logos. En fait, il s'agit davantage de réduire la consommation que la publicité. Pourquoi n'affecte-t-on pas un pourcentage des accises à une campagne anti-tabac ? C'est somme toute également sous l'influence des informations relatives aux hormones et, plus récemment, de celles concernant la maladie de la vache folle que les consommateurs ont réduit leur consommation de viande bovine.

Les auteurs de la proposition ne peuvent prouver que la consommation de tabac régressera. Dans l'intervalle, l'interdiction de la publicité aura en revanche des répercussions négatives, non seulement sur l'industrie du tabac, mais aussi sur le sponsoring. La proposition n'est qu'un modèle de démagogie, d'autant qu'elle ne vise pas réellement l'objectif avoué. S'il ne fait aucun doute que le tabac est nocif

PROCEDURE

Bij beslissing van 7 november 1996 heeft de plenaire vergadering van de Kamer onderhavig wetsvoorstel opnieuw verwezen naar uw commissie om de krachtens artikelen 8.2 en 9.2 van richtlijn 83/189/EEG gemaakte opmerkingen van de Europese Commissie en vier Lid-Staten van de Europese Unie te onderzoeken (zie bijlage).

Op 26 november 1996 heeft *mevrouw Vanlerberghe* amendement n° 18 strekkende tot de wijziging van artikel 3 ingediend om tegemoet te komen aan de geopperde bezwaren (Stuk n° 346/6).

Een verzoek van de heren Valkeniers en Seghin om de Kamervoorzitter te vragen het advies van de Raad van State in te winnen wordt verworpen met 8 tegen 5 stemmen.

BESPREKING

De heer Van den Eynde stelt dat de staatskas inkomsten zal derven door de voorgestelde regeling. Ook zullen de reclamegelden naar het buitenland vloeien. Via de uitzondering voor de buitenlandse publicaties zullen de grote sigarettenmerken toch België bestrijken met hun reclame. Het hele voorstel strooit dan ook zand in de ogen van de bevolking. Het verbod zal een averechts effect hebben.

De heer Denis is van oordeel dat het amendement van *mevrouw Vanlerberghe* de door de Europese partners gemaakte bezwaren niet ontkracht. Hoe kan de Belgische markt gedefinieerd worden, zodanig dat er geen rechtsonzekerheid ontstaat bij toepassing van de wet ?

Voorts worden de Belgische merken, die het moeten hebben van de binnenlandse reclame, gediscrimineerd tegenover buitenlandse merken die gemakkelijk het verbod kunnen omzeilen. Het voorstel schendt artikel 30 van het Verdrag van Rome. Bovendien schendt het het Verdrag van Parijs omdat men heeft gemeend het toepassingsgebied ervan te moeten uitbreiden, van de reclame als zodanig, tot het gebruik van merken en logo's. Het komt er evenwel op aan niet zozeer de publiciteit, dan wel de consumptie terug te dringen. Waarom gebruikt men een percentage van de accijnen niet om een campagne op te zetten tegen het roken ? Tenslotte is de consument ook onder invloed van de voorlichting inzake hormonen en recent de dolle-koeienziekte minder rundsvlees gaan verbruiken.

De indieners van het voorstel kunnen niet aantonen dat het verbruik van tabak zal dalen. Intussen zal het reclameverbod wel een nefaste invloed hebben, niet alleen op de tabaksindustrie, maar ook op de sponsoring. Het voorstel is een staaltje van demagogie, te meer daar het niet echt het met de lippen beleden doel beoogt. Tabak is zonder de minste twijfel schadelijk voor de gezondheid, maar de voorge-

pour la santé, la réglementation proposée est cependant dénuée de sens. L'intervenant précise que son groupe apporterait son soutien à toute proposition qui entraînerait une diminution radicale et tangible de la consommation du tabac.

M. Brouns constate qu'une majorité s'est dégagée au sein de la commission pour soutenir la proposition à l'examen. Il souligne que la réglementation en vigueur en France depuis 1991 correspond au texte tel qu'il a été adopté par cette commission. L'amendement de *Mme Vanlerberghe* va plus loin pour faire droit aux objections des partenaires européens. Rien ne s'oppose dès lors à l'adoption du texte ainsi amendé.

M. Valkeniers estime que la proposition à l'examen manque de crédibilité, parce que son auteur est fumeur de même que le ministre compétent pour cette matière. D'où tirent-ils l'autorité morale pour mettre la population en garde contre la nocivité du tabac et prôner l'interdiction de la publicité pour les produits du tabac ? Le parlement européen a, par ailleurs, approuvé l'octroi d'une aide de 42 milliards de francs aux planteurs de tabac. Quelle est cette logique ? Au demeurant, le tabac, tout comme l'alcool, devrait être frappé d'une interdiction totale. Quoi qu'il en soit, il n'est pas prouvé scientifiquement que la prohibition influencera le comportement des fumeurs. Au contraire. En dépit de l'instauration d'une série de mesures restrictives, il s'avère que le nombre de fumeurs a augmenté de 2 % l'an dernier. En ce qui concerne l'alcool, force est également de constater que la part de marché des boissons non alcoolisées a également baissé. Pourquoi ne tient-on pas compte, dans cette matière, de l'incidence négative de ces mesures sur l'emploi dans l'industrie du tabac ? Il faut s'attaquer à la racine du mal et pas à des épiphénomènes tels que la publicité pour le tabac.

M. Brouns fait observer qu'au sein de l'Europe, on assiste également à un affrontement entre le commissaire aux Affaires sociales, qui préconise l'interdiction absolue de la publicité pour le tabac, et le commissaire à l'Agriculture, qui a insisté pour que le Parlement européen approuve l'octroi de l'aide susvisée.

L'argument selon lequel cette interdiction serait discriminatoire est tout à fait dénué de pertinence, étant donné que l'on interdit également toute publicité pour des marques étrangères. Etant donné que la loi n'entrera en vigueur que le 1^{er} janvier 1999, les secteurs concernés auront l'occasion de s'adapter.

Mme Van de Castele maintient que l'interdiction de la publicité pour les produits du tabac constitue un pas dans la bonne direction si l'on souhaite, dans l'intérêt de la santé publique, dissuader la population, et surtout les jeunes, de consommer du tabac.

Elle déplore qu'il n'existe pas encore de réglementation européenne. L'Union européenne est encore toujours, avant tout, une union économique. Elle partage par ailleurs les préoccupations relatives à

stelde regeling slaat nergens op. Wanneer er een voorstel ter tafel komt, dat aanwijsbaar een drastische vermindering van het roken teweeg brengt, zal het volgens spreker door zijn fractie worden gesteund.

De heer Brouns stelt dat er een meerderheid is om het voorstel te steunen. Hij onderstreept dat in Frankrijk sedert 1991 een regeling van kracht is die overeenstemt met de tekst zoals hij reeds door deze commissie werd aangenomen. Het amendement van *mevrouw Vanlerberghe* gaat verder om rekening te houden met de bezwaren van de Europese partners. Niets staat de aanvaarding van het aldus geamenderde voorstel dus nog in de weg.

De heer Valkeniers oppert dat het voorstel niet consequent is, omdat de indiener ervan en de minister zelf roken. Waar halen zij het morele gezag vandaan om de bevolking voor te houden dat tabakschadelijk is voor de gezondheid, en dat reclame voor tabaksprodukten moet worden verboden ? Bovendien heeft het Europees parlement recent 42 miljard frank steun goedgekeurd aan de tabaksplanters in Europa. Hoe valt dit allemaal te rijmen ? Tabak, net als alcohol trouwens, zou totaal verboden moeten worden. In afwachting is wetenschappelijk niet bewezen dat het verbod het rookgedrag zal beïnvloeden. Het tegendeel is waar. Ondanks de invoering van een hele resem restrictive maatregelen, blijkt dat het aantal rokers afgelopen jaar met 2 % is gestegen. Ook wat alcohol betreft, moet men constateren dat het marktaandeel van niet-alcoholhoudende dranken opnieuw is gedaald. Waarom houdt men in deze materie geen rekening met de nefaste invoed op de werkgelegenheid in de tabaksindustrie ? De wortel van het kwaad moet worden aangepakt, en niet de randverschijnselen als de reclame.

De heer Brouns merkt op dat ook binnen Europa strijd wordt gevoerd tussen de commissaris voor Sociale Zaken, die een totaal verbod op tabaksreclame voorstaat, en die voor Landbouw, die heeft aangedrongen op de door het Europees parlement goedgekeurde steun.

Het argument dat het verbod discriminerend zou zijn is volledig onterecht, daar ook geen reclame van buitenlandse merken wordt geduld. De omstandigheid dat de wet pas op 1 januari 1999 van kracht wordt, geeft de betrokken sectoren de gelegenheid om zich aan te passen.

Mevrouw Van de Castele blijft het standpunt verdedigen dat het verbod op reclame voor tabaksprodukten een stap in de goede richting is om tabaksgbruik vooral naar jongeren toe te ontraden in het belang van de volksgezondheid. Het kan evenwel niet de bedoeling zijn het roken zelf in de illegaliteit te duwen.

Zij betreurt dat er nog geen Europese regelgeving is. De Europese Unie is nog steeds vooral een economische unie. Zij deelt anderzijds ook de bekommernis om de tewerkstelling maar meent dat stapsgewij-

l'emploi, mais estime qu'une réorientation graduelle de l'industrie du tabac vers d'autres activités doit être possible.

Enfin, elle insiste pour que, outre cette prévention passive, les pouvoirs publics organisent également des campagnes de prévention actives et pour que les résultats des dispositions légales à l'examen fassent l'objet d'un suivi et d'une évaluation minutieuse.

M. Detienne constate que jusqu'à présent, l'industrie du tabac a contourné toutes les mesures d'interdiction. L'intervenant précise d'ailleurs que son groupe s'oppose simplement à la publicité pour les produits du tabac et non à sa consommation. Il appartient en effet à chacun de juger en connaissance de cause de ce qui est bon et de ce qui est mauvais pour lui. Interdire la consommation de tabac aurait, comme c'est souvent le cas lorsque l'on prohibe quelque chose, un effet incitatif, inverse à celui recherché.

M. Valkeniers fait observer que s'il est opposé à la publicité pour le tabac, le groupe de *M. Detienne* est favorable aux drogues douces, ce qui n'est pas une attitude conséquente. La Belgique pourrait en outre attendre qu'il y ait une réglementation européenne pour interdire la publicité pour les produits du tabac. La réglementation précitée devra en effet de toute manière être transposée dans une loi belge. L'intervenant se demande s'il ne serait pas préférable, à l'instar de nombreux pays européens, d'interdire la vente du tabac aux mineurs.

Le ministre de la Santé publique et des Pensions signale que l'on élabore actuellement, au niveau européen, une réglementation visant à interdire totalement la publicité pour le tabac. Cette réglementation serait encore plus radicale que celle qui est examinée par la commission. Le ministre reconnaît qu'il est difficile de se défaire de ses habitudes tabagiques, mais voit précisément dans ce constat un argument supplémentaire qui doit nous inciter à faire en sorte que les jeunes n'acquièrent par trop facilement ce type de comportement sous l'effet de la publicité. Il est vital de supprimer toute incitation au tabagisme. Prévenir vaut mieux que guérir. Si une interdiction de la vente de tabac aux mineurs constitue une idée attrayante, elle serait difficile à mettre en oeuvre dans la pratique, eu égard aux contrôles, aux sanctions, etc.

M. Lepagnard estime qu'en l'occurrence, la santé publique doit primer les considérations d'ordre économique. En tant que professeur d'éducation physique, il a constaté que les jeunes d'aujourd'hui fument en règle générale plus qu'il y a vingt ans. L'intervenant est convaincu que cette progression du tabagisme est liée à l'action incitative de la publicité. S'il est vrai que les jeunes d'aujourd'hui doivent peut-être faire face à plus de problèmes qu'auparavant, il est incontestable que la publicité ne les laisse pas indifférents et qu'elle facilite le passage au tabagisme.

ze heroriëntering van de tabaksindustrie naar andere industrieën mogelijk moet zijn.

Tenslotte dringt zij erop aan dat door de overheid naast deze passieve preventie ook actieve preventiecampagnes op het getouw worden gezet en dat de resultaten van deze wet nauwkeurig worden opgevolgd en geëvalueerd.

De heer Detienne constateert dat alle verbodsmaatregelen tot nog toe door de tabaksindustrie werden omzeild. Daarom is een radicaler verbod nu noodzakelijk. Overigens stelt de spreker dat zijn fractie louter gekant is tegen reclame voor tabak, niet tegen het verbruik ervan. Dit laatste behoort een keuze te zijn van elk individu afzonderlijk, dat met kennis van zaken oordeelt over wat goed en wat slecht voor hem is. Een verbod op het gebruik van tabak zou zoals vaak het geval is wanneer men iets taboe verklaart, prikkelend werken en een aversechts effect hebben.

De heer Valkeniers merkt op dat de fractie van de heer Detienne tegen tabaksreclame is, maar voor soft drugs. Dit is geen consequente houding. Voorts zou met een Belgisch verbod op tabaksreclame gewacht kunnen worden tot er een Europese regeling is. Deze laatste zal immers toch in een Belgische wet moeten worden omgezet. De spreker vraagt zich af of het niet beter zou zijn om, in navolging van heel wat Europees landen, de verkoop van tabak te verbieden aan minderjarigen.

De minister van Volksgezondheid en van Pensioenen deelt mee dat op Europees vlak aan een totaal verbod van tabaksreclame wordt gewerkt. Deze regeling zou nog radicaler zijn dan die welke thans in de commissie ter bespreking voorligt. De minister erkent dat rookgewoontes moeilijk af te leren zijn maar dat dit precies een bijkomend argument is om te vermijden dat de jongeren via de reclame al te gemakkelijk rookgewoontes zouden aankweken. De aanzet tot roken breken is van vitaal belang. Voorkomen is beter dan genezen. Een verbod op de verkoop van tabak aan minderjarigen is weliswaar een aantrekkelijk idee, maar in de praktijk — met controles, sancties en dies meer — moeilijk hard te maken.

De heer Lespagnard is van mening dat de volksgezondheid in dit geval meer moet doorwegen dan beschouwingen van bedrijfseconomische aard. Als leeraar lichamelijke opvoeding heeft hij geconstateerd dat, jongeren vandaag doorgaans meer roken dan twintig jaar geleden. Spreker is er van overtuigd dat dit met de prikkelende werking van de reclame in verband kan worden gebracht. Misschien worden de jongeren thans ook meer geconfronteerd met problemen dan vroeger. Maar het staat buiten kijf dat de reclame hun niet onverschillig laat en de aanzet tot roken vergemakkelijkt.

M. Vanvelthoven demande, en tant qu'auteur de la proposition, de passer au vote. On a en effet répondu aux objections des partenaires européens.

Par ailleurs, personne n'a fait valoir d'éléments nouveaux qui seraient de nature à remettre en question toute la portée de sa proposition de loi.

VOTES

L'amendement (n° 18) de Mme Vanlerberghe visant à remplacer l'article 3 est adopté par 8 voix contre une et quatre abstentions.

Les autres articles, ainsi que l'ensemble de la proposition de loi, telle qu'elle a été modifiée, sont adoptés par 8 voix et 5 abstentions.

La rapporteuse,

I. van KESSEL

La présidente,

M. VANLERBERGHE

De heer Vanvelthoven vraagt, als indiener van het voorstel, om tot de stemming over te gaan. Er is immers op de opmerkingen van de Europese partners geantwoord.

Voorts werden geen nieuwe elementen naar voren gebracht die van die aard zouden zijn het hele opzet van zijn wetsvoorstel opnieuw ter discussie te stellen.

STEMMINGEN

Amendement n° 18 van mevrouw Vanlerberghe strekkende tot de vervanging van artikel 3 wordt aangenomen met 8 tegen 1 stem en 4 onthoudingen.

Alle andere artikelen en het gehele wetsvoorstel worden aangenomen met 8 stemmen en 5 onthoudingen.

De rapporteur,

I. van KESSEL

De voorzitter,

M. VANLERBERGHE

ANNEXE

I. — LETTRE DE LA COMMISSION EUROPÉENNE

Objet : Notification 96/0252/B

Proposition de loi interdisant la publicité pour les produits du tabac.

Monsieur le Ministre,

La commission a reçu le 12 juillet 1996 le projet susmentionné.

L'examen de ce projet amène la commission à adresser aux autorités belges les observations suivantes.

La proposition de loi notifiée vise à interdire de faire de la publicité pour et du parrainage par le tabac, les produits à base de tabac et les produits similaires. La proposition de loi prévoit également que les logos d'une marque, qui est utilisée aussi bien pour les produits de tabac que dans d'autres secteurs, ne peuvent pas avoir des similitudes sauf le nom de la marque.

Tout en reconnaissant l'importance de la nécessité de protéger la santé des consommateurs, objectif visé par la présente proposition, la commission voudrait attirer l'attention des autorités belges sur les effets des moyens mis en œuvre sur le commerce des produits autres que les produits de tabac.

En effet, la (future) loi pourrait constituer une entrave à la libre circulation de marchandises autres que les produits de tabac, notamment les journaux publiés dans d'autres Etats membres qui contiennent de la publicité pour les produits du tabac (A) ainsi que les produits relevant d'autres secteurs que celui du tabac mais dont les logos sont les mêmes/similaires à ceux appliqués sur les produits de tabac (B).

A) La commission s'interroge sur le caractère proportionné de l'effet de la loi proposée. En effet, d'une part, celle-ci risque d'entraîner la disparition du marché belge de journaux et magazines étrangères importés en Belgique au départ d'un autre Etat membre (voire, état tiers) où une telle interdiction de publicité est inexistante. D'autre part, il convient de constater que ces journaux, qui sont principalement destinés à la diffusion d'informations de nature culturelle, sportive, politique, etc., s'adressent souvent à un public spécialisé et restreint et ont une circulation limitée en Belgique. L'influence que pourrait avoir la publicité figurant dans ces journaux sur le comportement des consommateurs (potentiels) des produits du tabac est donc, de par leur nature même, minime.

Dans ces conditions, la commission demande aux autorités belges de bien vouloir, dans l'attente d'une harmonisation au niveau communautaire visant précisément à éviter ce genre d'entraves, insérer une dérogation pour ce qui concerne la publicité contenue dans la presse étrangère importée en Belgique. La dérogation pourrait, le cas échéant, prévoir une exception pour les cas individuels de fraude à la loi, c'est à dire de détournement volontaire des objectifs de protection de la santé figurant dans la loi. D'autres conditions visant à préserver la protection des jeunes pourraient être imaginées. Des solutions semblables existent dans plusieurs autres Etats membres ayant adopté des dispositions interdisant la publicité du tabac ou de l'alcool.

BIJLAGE

I. — BRIEF VAN DE EUROPESE COMMISSIE

Betreft : Notificatie 96/0252/B

Wetsvoorstel tot verbod op reclame voor tabaksprodukten.

Mijnheer de Minister,

De commissie heeft op 12 juli 1996 onderhavig ontwerp ontvangen.

Het onderzoek van dit ontwerp brengt de commissie ertoe aan de Belgische autoriteiten de volgende opmerkingen te richten.

Het wetsvoorstel heeft tot doel de reclame voor tabaksprodukten te verbieden en de sponsoring door de tabaksindustrie — voor tabaks- en andere produkten — niet langer toe te laten. Het wetsvoorstel bepaalt eveneens dat de logo's van een merk, dat zowel voor tabaks- als andere produkten wordt gebruikt, geen enkele gelijkenis mogen vertonen, behalve dan de merknaam.

Dit terwijl het belang van de noodzaak om de gezondheid van de consumenten te beschermen, wordt erkend, een doel dat door dit voorstel wordt beoogd; daarom zou de commissie de aandacht van de Belgische autoriteiten willen vestigen op de gevolgen van de middelen aangewend in de handel van niet-tabaksprodukten.

De (toekomstige) wet zou een belemmering kunnen betekenen voor het vrije verkeer van handelswaren die geen tabaksprodukten zijn, namelijk kranten die in andere Lid-Staten worden gepubliceerd en waarin reclame voor tabaksprodukten staat (A) evenals de produkten die niet tot de tabakssector behoren, maar waarvan de logo's dezelfde of soortgelijk zijn aan die van de tabaksprodukten (B).

A) De commissie stelt zich vragen bij de geproportioneererde aard van de gevolgen van de voorgestelde wet. Enerzijds in de mate waarin hierdoor het risico wordt gelopen dat bepaalde buitenlandse kranten en tijdschriften — die aanvankelijk in België werden ingevoerd vanuit een andere Lid-Staat (ja, zelfs een derde staat) waar bulk een verbod onbestaande is — van de Belgische markt worden gehaald. Anderzijds dient er te worden vastgesteld dat deze kranten, die in hoofdzaak bestemd zijn voor de verspreiding van informatie van culturele, sportieve, politieke aard enz. zich vaak tot een gespecialiseerd en beperkt publiek richten, ook hebben ze vaak een beperkte oplage in België. De invloed die de reclame in de kranten zou kunnen hebben op het gedrag van (mogelijke) consumenten van tabaksprodukten is bijgevolg, door hun eigen aard, miniem.

In deze omstandigheden vraagt de commissie aan de Belgische autoriteiten om, in afwachting van een harmonisatie op het communautaire niveau, met juist de bedoeling dit soort belemmeringen te voorkomen, een afwijking te willen voorzien aangaande de publiciteit die men vindt in de in België geïmporteerde buitenlandse pers. De afwijking zou, desgevallend, kunnen voorzien in een uitzondering voor individuele gevallen van inbreuk op de wet, dit wil zeggen een opzettelijke omzeiling van het doel ter bescherming van de volksgezondheid dat in de wet is voorzien. Andere voorwaarden met als doel de jongeren te blijven beschermen, kunnen worden uitgedacht. Soortgelijke oplossingen zijn er in verschillende andere Lid-Staten, waar bepaalde maatregelen werden voorzien om tabaksreclame voor alcohol te verbieden.

B) En deuxième lieu, la mesure vise à interdire toute utilisation, et pas seulement celle en vue de la publicité, de logos pour des produits autres que des produits du tabac. Cette mesure vise directement les caractéristiques du produit et relève donc du domaine des articles 30 à 36 du Traité CE.

La commission s'interroge sur le caractère proportionnée de la proposition de loi, dans la mesure où elle risque d'entraîner une disparition du marché de certains produits dont le lien avec le comportement des fumeurs (potentiels) peut être très faible.

Dans ces conditions, la commission demande aux autorités belges de prévoir une dérogation à l'interdiction générale contenue par la loi, en faveur de produits qui, manifestement, ne visent pas à détourner l'interdiction de publicité prévue par celle-ci. Cette dérogation pourrait, par exemple, être associée à une série de conditions relatives, notamment, à la nature des produits en cause (les produits destinés principalement à la jeunesse, ainsi que les produits associés au tabac, par exemple, pourraient être exclus), ou à l'importance de l'apparence sur le produit du logo par rapport au produit lui-même (les utilisations visant manifestement à contourner l'interdiction de publicité pour le tabac resteraient interdites). La commission fait noter que le fait d'admettre l'utilisation de la marque ou du logo ne préjuge en rien du traitement qui serait réservé à la publicité de ces produits, qui pourrait se voir exclue de certains médias. Ici aussi, comme dans le cas des journaux et magazines, une disposition plus générale pourrait être prise pour exclure la dérogation au cas où elle serait utilisée de manière abusive en vue de contourner l'interdiction de publicité pour le tabac.

A ce sujet, il convient notamment d'attirer l'attention des autorités belges sur le fait que la commission a élaboré une proposition de directive du Conseil concernant le rapprochement des dispositions législatives, réglementaires et administratives des Etats membres en matière de publicité en faveur des produits du tabac (Com (92) 196 final, JO C 129 du 21 mai 1992). Cette proposition ne va pas aussi loin que la proposition belge et se limite à interdire l'utilisation — pour la publicité pour un produit autre qu'un produit du tabac — d'une marque, dont la notoriété est principalement associée à un produit du tabac. La proposition n'interdit donc pas l'utilisation, en dehors de la publicité, de la marque (et ses logos) pour d'autres produits. En outre, la proposition contient une dérogation dès lors qu'il est établi que le chiffre d'affaires des produits du tabac commercialisés sous la même marque, même par une société différente, ne dépasse pas la moitié du chiffre d'affaires des produits autres que ceux du tabac de cette marque et que cette marque a été d'abord déposée pour des produits autres que des produits du tabac. Tout en reconnaissant qu'il s'agit d'une proposition, il convient de noter que les autorités belges pourraient s'inspirer de celle-ci dans le cadre des demandes de dérogation qui leur seraient adressées.

La commission se réserve d'examiner, au regard des articles 30 et suivants du traité, toute interdiction de publicité indirecte qui ne prévoit pas de dérogations du type de celles énoncées ci-dessus.

Veuillez agréer, monsieur le Ministre, l'assurance de ma haute considération.

M. Bangemann

B) In de tweede plaats beoogt de maatregel elk gebruik te verbieden, en niet enkel dat met het oog op de publiciteit, logo's voor niet-tabaksprodukten. Deze maatregel heeft rechtstreeks betrekking op de kenmerken van het produkt en valt dus binnen het domein van de artikelen 30 tot 36 van het EG-verdrag.

De commissie stelt zich vragen bij de geproportioneererde aard van het wetsvoorstel, dit in de mate waarin hierdoor het risico wordt gelopen dat bepaalde produkten van de markt worden gehaald, zelfs die waarvan de link met het rookgedrag van (mogelijke) rokers bijna of geheel onbestaande is.

In deze omstandigheden vraagt de commissie aan de Belgische overheid om een afwijking te voorzien op het algemene verbod voorzien door de wet, en dit voor produkten die in geen enkel opzicht de bedoeling hebben het verbod op reclame te omzeilen dat hierdoor wordt voorzien. Deze afwijking zou bijvoorbeeld kunnen worden verbonden aan een reeks voorwaarden die meer bepaald betrekking hebben op de aard van de produkten (produkten in de eerste plaats bestemd voor de jeugd, evenals produkten die verband houden met tabak, kunnen bijvoorbeeld wel worden uitgesloten), of op het belang voor het produkt zelf van het plaatsen van het logo (het gebruik dat er duidelijk op gericht is het verbod op tabaksreclame te omzeilen, zal uiteraard verboden blijven). De commissie maakt de opmerking dat het feit dat het gebruik van het merk, of van het logo wordt toegelaten, in geen enkel geval wil vooruitlopen op de behandeling die zal worden voorbehouden voor de reclame van deze produkten, die uit bepaalde media kan worden geweerd. Hier zou ook, zoals in het geval van kranten en tijdschriften, een meer algemene maatregel kunnen worden getroffen om de afwijking uit te sluiten in geval deze zou gebruikt worden op een abusieve manier met het oog op de omzeiling van het verbod op de tabaksreclame.

Daaromtrent dient de aandacht van de Belgische autoriteiten te worden gevestigd op het feit dat de commissie een voorstel tot Richtlijn van de Raad heeft uitgewerkt betreffende wettelijke, reglementaire en administratieve bepalingen van de Lid-Staten inzake reclame voor tabaksprodukten (Com (92) 196 Final, JO C 129 van 21 mei 1992). Dit voorstel gaat niet zo ver als het Belgische voorstel en beperkt zich tot het verbieden van het gebruik — inzake publiciteit voor een niet-tabaksprodukt — van een merk, waarvan de bekendheid in hoofdzaak geassocieerd wordt met een tabaksprodukt. Het voorstel verbiedt dus niet het gebruik, buiten de reclame, van het merk (en van de logo's) voor andere produkten. Daarenboven bevat het voorstel een afwijking vanaf het ogenblik dat wordt vastgesteld dat het zakencijfer van de tabaksprodukten die onder hetzelfde merk worden gecommercialiseerd, zelfs door een andere maatschappij, niet de helft van het zakencijfer van de niet-tabaksprodukten met hetzelfde merk overschrijdt, en dat dit merk in de eerste plaats voor niet-tabaksprodukten werd gedeponeerd. Men merke hierbij op dat het hier een voorstel betreft waardoor de Belgische autoriteiten zich zouden kunnen laten inspireren in het kader van de aanvragen tot afwijking die aan hen worden gericht.

De commissie behoudt het recht om, met betrekking tot artikelen 30 en volgende van het verdrag, elk verbod op indirecte reclame te onderzoeken waarvoor geen afwijkingen, zoals deze hierboven, voorzien zouden worden.

Met de meeste hoogachting,

M. Bangemann

II. — REMARQUES DES PAYS MEMBRES

Pays-Bas

Suite au règlement notifié envisagé par l'Etat membre Belgique, relatif à la publicité pour le tabac (96/0252/B), les autorités néerlandaises souhaitent émettre l'avis circonstancié suivant :

« Les autorités néerlandaises estiment que les dispositions de l'article 3 du projet de loi sont contraires aux dispositions de la directive CEE du 21 décembre 1988 (89/104/CEE) concernant le rapprochement des législations relatives aux marques de fabrique des Etats membres. Aux termes du considérant de la directive, tous les Etats membres de la Communauté doivent se conformer au Traité de Paris relatif à la protection de la propriété industrielle et les dispositions de la directive doivent être entièrement conformes à celles du traité. Le Traité de Paris et la directive UE relative aux marques de fabrique prévoient l'obligation pour les Etats membres de procéder à l'inscription des marques de fabrique, sauf s'il existe un ou plusieurs motifs, énumérés de manière limitative, de nature à justifier le refus ou la nullité de l'inscription. Par conséquent, le gouvernement néerlandais s'est demandé si l'un des motifs susvisés peut être invoqué. Les dispositions concernées du Traité de Paris sont les suivantes : article 6*quinquies*, sous B du Traité (article 3 de la directive) : les dispositions sous 3 indiquent la possibilité de refuser ou d'annuler toute marque de fabrique « contraire aux bonnes mœurs ou à l'ordre public et tout particulièrement les marques de fabrique susceptibles de confondre le public (...) sous réserve toutefois de l'application de l'article 10*bis* ». La vente de produits à base de tabac n'est pas interdite en Belgique et il est par conséquent impossible d'invoquer le motif du caractère contraire à l'ordre public et aux bonnes mœurs dès lors qu'il ne s'agit pas d'une représentation obscène ou d'une incitation à toute conduite interdite en vertu de la loi. La notion de « contraire à l'ordre public et aux bonnes mœurs » doit être interprétée de manière restrictive. L'inscription de produits qui ne sont pas à base de tabac en particulier ne présente ainsi aucun caractère contraire à l'ordre public et aux bonnes mœurs et même si tel était le cas, le refus d'inscription serait déjà exclu aux termes de l'article 7. Conformément à l'article 7 du Traité, la nature des marchandises sur lesquelles la marque doit être apposée ne saurait être opposée à l'inscription de la marque. Aux termes de l'article 10*bis* du Traité (article 12, alinéa 2, sous b de la directive), l'inscription d'une marque peut être refusée ou annulée si l'inscription ou l'utilisation relèvent de la concurrence déloyale. Dans le cadre présent, l'inscription ou l'utilisation d'une marque de cigarettes en soi ne sauraient être qualifiées d'opérations relevant de la concurrence déloyale. Même si, contrairement à l'interprétation du projet de loi découlant de la lecture ci-dessus avancée, l'inscription de la marque restait possible et que le règlement envisagé ne visait qu'à l'introduction de certaines restrictions au niveau de l'usage, le gouvernement néerlandais estimerait qu'une telle restriction des droits du titulaire de la marque serait contraire à la directive.

Les considérations ci-dessus développées ne peuvent amener les autorités néerlandaises qu'à la conclusion que l'article 2*bis*, deuxième alinéa, proposé dans l'article 3 du projet de loi belge est contraire au Traité de Paris et à la directive relative aux marques de fabrique correspondante. »

II. — OPMERKINGEN VAN LID-STATEN

Nederland

De door de Lid-Staat België genoemde voorgenomen regeling inzake tabaksreclame (96/0252/B), geeft de Nederlandse autoriteiten aanleiding tot het indienen van de volgende uitvoerig gemotiveerde mening :

« De Nederlandse autoriteiten zijn van mening dat artikel 3 van het wetsvoorstel zich niet verdraagt met de EEG-richtlijn van 21 december 1988 (89/104/EEG) betreffende de aanpassing van het merkenrecht in de Lid-Staten. In de considerans van deze richtlijn staat dat alle Lid-Staten van de Gemeenschap gebonden zijn door het Verdrag van Parijs tot bescherming van de industriële eigendom en dat de bepalingen van de richtlijn volledig moeten stroken met die van genoemd Verdrag. Zowel het Verdrag van Parijs als de EU-merkenrichtlijn gaan uit van een verplichting tot inschrijving door de Lid-Staten van merken, tenzij zich een of meer van de limitatief opgesomde gronden voor weigering of nietigheid voordoet. De Nederlandse regering heeft zich derhalve afgevraagd of een van deze gronden in het spel is. De relevante bepalingen in het Verdrag van Parijs zijn : artikel 6*quinquies*, onder B van het Verdrag (artikel 3 van de richtlijn) : onder sub 3 wordt aangegeven dat merken geweigerd of vernietigd kunnen worden die « strijdig zijn met de goede zeden of met de openbare orde, en, met name wanneer door de merken misleiding van het publiek te verwachten is. (...) Toepassing van artikel 10*bis* is echter voorbehouden ». De verkoop van tabaksartikelen is in België niet verboden; strijd met de openbare orde en goede zeden kan dan ook niet aanwezig worden geacht, zolang geen sprake is van een obscene afbeelding of een oproep tot bij de wet verboden gedraging. Het begrip « in strijd met de openbare orde en goede zeden » dient restrictief te worden geïnterpreteerd. Dat er geen strijd is met de openbare orde en goede zeden geldt temeer voor de registratie van niet-tabaksprodukten. Bovendien zou in dat geval artikel 7 een verbod op inschrijving reeds uitsluiten. Artikel 7 van het Verdrag : de aard van de waar waarop het merk moet worden aangebracht kan geen beletsel vormen voor de inschrijving van het merk. Artikel 10*bis* van het Verdrag (richtlijn artikel 12, lid 2, sub b) : inschrijving van een merk kan geweigerd of nietig verklaard worden indien de inschrijving of het gebruik een daad van oneerlijke mededinging oplevert. Het valt niet in te zien dat inschrijving of gebruik van een sigarettenmerk op zichzelf een daad van oneerlijke mededinging zou opleveren. Zo al, anders dan waarvan hierboven bij lezing van het wetsvoorstel is uitgegaan, inschrijving van het merk mogelijk zou blijven en de voorgestelde regeling slechts beperkingen aan het gebruik zou opleggen, dan nog is de Nederlandse overheid van mening dat een dergelijke beperking van de rechten van de merkhouder niet is toegestaan op grond van de richtlijn.

Alles overwegende kunnen de Nederlandse autoriteiten niet anders dan tot de conclusie komen dat het in artikel 3 van het Belgische wetsvoorstel voorgestelde artikel 2*bis*, tweede lid, zich niet verdraagt met het Verdrag van Parijs en de daarmee overeenkomende merkenrichtlijn. »

Royaume-Uni

« L'article 3 des propositions belges interdit la vente et la publicité des produits portant des logos de marque similaires à ceux utilisés pour les produits à base de tabac. Dans la mesure où les produits de diversification de marque sont légalement fabriqués dans les autres Etats membres, la législation proposée affectera, en conséquence, directement la libre circulation de ces produits au sein de la Communauté européenne.

Les produits qui ne sont pas à base de tabac mais utilisent des marques déposées de tabac au titre d'accords de cession de licence (les vêtements ou les chaussures, par exemple) seraient interdits de vente. Une telle diversification des marques ou des logos est tout à fait légale mais au titre de l'article 3 du projet de loi, elle ne serait plus autorisée en Belgique.

En tenant compte de la protection de la santé, cet article a pour effet de limiter sans raison valable l'importation de produits ne faisant pas partie du secteur du tabac ainsi que les droits d'utiliser les marques déposées de tabac protégées dans ce domaine.

Si le projet de loi est promulgué, il aura pour conséquence plus étendue que la publicité et le parrainage de produits à base de tabac seront interdits, ceci incluant également les publicités pour le tabac dans les revues et les journaux imprimés hors des limites territoriales belges. Seuls les magazines concernant le commerce du tabac seraient autorisés à inclure des publicités pour le tabac.

L'interdiction proposée a un caractère global et ne fait aucune concession pour les titres importés. Les éditeurs de journaux et de revues seraient obligés d'imprimer des éditions spéciales pour le marché belge qui exclut toutes les publicités pour le tabac, même lorsque cette publicité est autorisée dans le pays de publication et ailleurs dans l'Union européenne. Ceci ne serait ni économique, ni pratique, ni équitable.

Les fabricants du Royaume-Uni qui commercialisent et vendent leurs marques en Belgique ne seraient plus en mesure d'en faire la publicité. De ce fait, ceci constitue une barrière aux échanges commerciaux et limite l'entrée des fabricants du Royaume-Uni sur le marché belge, puisque la publicité est un élément essentiel de la concurrence des marques.

Les autorités belges semblent penser que la législation proposée est nécessaire afin d'empêcher la publicité indirecte pour les produits à base de tabac et en conséquence de contribuer à la réduction de la consommation de tabac qui est en but légitime en matière de protection de la santé. Le gouvernement pense qu'il n'est pas nécessaire d'adopter des vues mesurées entre les intérêts de la santé publique et ceux de l'industrie, qui fabrique un produit légal. Le gouvernement considère que chaque Etat membre devrait être libre de fixer ses propres objectifs pour réduire la consommation de tabac et prendre des mesures proportionnées qu'il juge appropriées à ses propres circonstances nationales.

Par exemple, en ce qui concerne le parrainage du sport au Royaume-Uni, ceci est réglementé par un accord facultatif entre le ministre des sports et les sociétés qui produisent du tabac. Les autorités du Royaume-Uni sont d'avis que le tabac est un produit légal et que les sports devraient

Verenigd Koninkrijk

« Artikel 3 van de Belgische voorstellen verbiedt de verkoop en reclame voor produkten met logo's van merken gelijkaardig aan die gebruikt voor produkten op basis van tabak. In de mate waarin de produkten van verscheidene merken wettelijk worden gefabriceerd in andere Lid-Staaten, zal de voorgestelde wetgeving bijgevolg een rechtstreekse invloed hebben op het vrije verkeer van deze produkten binnen de Europese Gemeenschap.

De produkten die niet op basis van tabak gemaakt zijn, maar waarbij gedeponeerde tabaksmerken worden gebruikt voor akkoorden inzake de overdracht van vergunningen (kleding of schoeisel, bijvoorbeeld), zullen niet meer mogen worden verkocht. Zo'n verscheidenheid aan merken of logo's is geheel wettelijk — maar dit zal door artikel 3 van het wetsontwerp niet meer toegelaten zijn in België.

Rekening gehouden met de bescherming van de gezondheid, heeft dit artikel tot gevolg dat, zonder geldige redenen, de invoer van produkten wordt beperkt die geen deel uitmaken van de tabaksindustrie evenals de rechten om de gedeponeerde tabaksmerken te gebruiken die op dit gebied worden beschermd.

Indien het wetsontwerp wordt afgekondigd, zal het tot gevolg hebben dat de tabaksreclame en de sponsoring door produkten op basis van tabak zullen worden verboden. Hierin zijn eveneens inbegrepen de publiciteit voor tabak in tijdschriften en kranten die in het buitenland worden gedrukt. Enkel de tijdschriften die betrekking hebben op de handel in tabakswaren, zouden de mogelijkheid moeten hebben om er reclame voor te maken.

Het voorgestelde verbod heeft een globaal karakter en er wordt geen enkele toegeving gedaan voor ingevoerde titels. De uitgevers van kranten en tijdschriften zouden moeten worden verplicht om speciale edities te drukken voor de Belgische markt, waarbij alle tabaksreclame wordt uigesloten, dit zelfs wanneer deze publiciteit toegelaten is in het land van publicatie of zelfs op andere plaatsen in de Europese Unie. Dit is noch economisch, noch praktisch, noch rechtvaardig.

Voor de fabrikanten van het Verenigd Koninkrijk die hun merken commercialiseren en verkopen in België, zou het bijgevolg niet langer mogelijk zijn er reclame voor te maken. Dit betekent een hindernis voor de commerciële uitwisseling en beperkt de toetreding van Britse fabrikanten tot de Belgische markt, vermits publiciteit een essentieel onderdeel is van de concurrentie onder de merken.

De Belgische overheid blijkt van mening te zijn dat de voorgestelde wetgeving noodzakelijk is om te verhinderen dat er onrechtstreeks reclame wordt gemaakt voor produkten op basis van tabak en dat er hierdoor bijgevolg een bijdrage kan worden geleverd om de tabaksconsumptie te verminderen, hetwelk een legitiem doel is ter bescherming van de volksgezondheid. De regering is van oordeel dat het niet nodig is bepaalde visies over te nemen waarvan de belangen van de gezondheid en die van de industrie — die een wettelijk produkt produceren — naast elkaar worden afgewogen. De regering is van oordeel dat elke Lid-Staat vrij zijn doelstellingen moet kunnen bepalen om de consumptie van tabak te verminderen en daartoe die maatregelen moet kunnen treffen die hij gepast vindt in de nationale omstandigheden.

Bijvoorbeeld, wat de sponsoring van de sport in het Verenigd Koninkrijk betreft, dit wordt gereglementeerd door een facultatief akkoord tussen de minister van Sport en de tabaksproducerende firma's. De overheid van het Verenigd Koninkrijk is van mening dat tabak een legal

pouvoir bénéficier du parrainage pour le tabac, à condition que ceci soit effectué d'une manière responsable et soumis à un contrôle correct. Le gouvernement pense que l'accord facultatif garantit un équilibre équitable et raisonnable entre, d'une part, la liberté commerciale des sociétés qui produisent du tabac et les avantages que ceci peut apporter au sport et, d'autre part, les intérêts portés à la santé et la nécessité de protéger les enfants.

Le gouvernement du Royaume-Uni pense que ces mesures sont disproportionnées et qu'elles créent une barrière aux échanges commerciaux au sein du marché unique.

La charge de prouver qu'une mesure serait justifiée au titre de l'un des motifs mentionnés à l'article 36 du traité incombe à l'Etat membre qui a promulgué ou envisage de promulguer la mesure. Afin qu'une mesure soit justifiée, il doit être prouvé qu'elle est nécessaire et proportionnée aux objectifs qu'elle vise à atteindre. »

Italie

En ce qui concerne l'article 3, alinéa 2, du projet notifié par la Belgique, nous émettons l'avis circonstancié suivant :

« L'interdiction de similitude entre le logo d'une marque de produits à base de tabac et le logo utilisé dans d'autres secteurs de marchandises peut constituer une entrave à la libre circulation des marchandises légalement produites dans des pays membres de l'Union européenne, c'est-à-dire imposer le retrait et le changement dudit logo sur des produits autres que ceux qui sont à base de tabac, qui comporte des augmentations non justifiées du coût de fabrication ? »

République Fédérale d'Allemagne

« Le gouvernement fédéral proteste contre le projet de loi belge sur l'interdiction de la publicité sur le tabac et signale les risques de violation du droit consécutifs à l'adoption de cette loi.

Le projet de loi belge notifié portant sur l'interdiction de la publicité sur le tabac revient à une restriction quantitative des importations et viole l'article 30 CEE et d'autres accords internationaux sur la protection du libre commerce mondial.

La loi envisagée entrave de différentes manières la libre circulation des marchandises :

La publicité sur les produits à base de tabac est interdite en Belgique, même s'ils ont été fabriqués en dehors du pays.

Les journaux et revues allemandes venues en Belgique ne doivent contenir aucune publicité sur le tabac. Aucune exception n'est prévue pour la presse allemande ou d'autres pays étrangers.

L'article 3 du projet de loi interdit aux entreprises qui utilisent également les droits d'une marque de tabac pour d'autres produits ou services, l'exploitation économique de ces marques en Belgique pour des produits autres que le tabac.

Les conséquences économiques d'une telle loi se traduiront par des inconvénients et des dommages considérables pour un grand nombre d'entreprises.

produkt is en dat de sport voordeel zou moeten kunnen halen uit het patronaat van de tabaksindustrie, dit op voorwaarde dat zulks wordt uitgevoerd op een verantwoor- de manier en onderworpen aan een correcte controle. De regering denkt dat het facultatief akkoord een goed even- wicht garandeert tussen, enerzijds, de commerciële vrij- heid van de tabaksindustrie en de voordelen hieraan ver- bonden voor de sport en, anderzijds, de belangen voor de gezondheid en de nood om de kinderen te beschermen.

De overheid in het Verenigd Koninkrijk is van mening dat deze maatregelen buiten proportie zijn en dat ze een barrière vormen voor de commerciële uitwisseling in de eenheidsmarkt.

De bewijslast voor een gerechtvaardigde maatregel voor een van de motieven vermeld in artikel 36 van het verdrag, is ten laste van de Lid-Staat die de maatregel heeft uitge- vaardigd of die van plan is dit te doen. Opdat een maatregel zou gerechtvaardigd worden, moet er worden bewezen dat ze nodig is en in overeenstemming met de doeleinden die dienen te worden bereikt. »

Italië

Wat artikel 3, alinea 2, betreft van het ontwerp geno- feerd door België, vaardigen wij de volgende gemotiveerde mening uit :

« Het verbod om hetzelfde logo te gebruiken voor pro- ducten op basis van tabak en voor producten uit andere sectoren van de handel, kan een belemmering betekenen voor het vrije verkeer van goederen — die eveneens vrij worden geproduceerd in de lidstaten van de Europese Unie — dit wil zeggen dat er wordt opgelegd dat het logo van de markt wordt gehaald en dat het dient te worden aangepast voor die producten die niet op basis van tabak worden vervaardigd, wat een ongerechtvaardigde meer- kost van de fabricageprijs betekent. »

Duitsland

« De federale overheid protesteert tegen het Belgisch wetsontwerp betreffende het verbod op tabaksreclame en maakt melding van het feit dat, tengevolge van de stemming van deze wet, de rechten worden geschonden.

Het Belgisch wetsontwerp met betrekking tot het ver- bod op tabaksreclame komt neer op een kwantitatieve beperking van de import en doet afbreuk aan artikel 30 EEG en andere internationale akkoorden inzake de be- scherming van de vrije wereldhandel.

Deze wet hindert het vrije verkeer van goederen op verschillende manieren :

De reclame voor producten op basis van tabak is verbo- den in België, zelfs indien deze in het buitenland worden geproduceerd.

De Duitse kranten en tijdschriften die in België worden verkocht mogen geen enkele publiciteit voor tabak bevat- ten. Geen enkele uitzondering wordt voorzien voor de Duit- se pers, noch voor die van andere landen.

Artikel 3 van het wetsontwerp verbiedt de bedrijven, die eveneens de rechten van een tabaksmerk gebruiken, deze te gebruiken voor het op de Belgische markt aanbieden van andere producten of diensten die geen tabaksproducten zijn.

De economische gevolgen van zo'n wet zouden zich ver- talen in een groot aantal ongemakken en een aanzienlijke schade voor een groot aantal bedrijven.

Elles toucheraient non seulement les groupes de presse, mais également les industries de la chaussure, du textile et de l'horlogerie.

Le projet de loi belge ne peut pas se justifier par des motifs de protection de la santé (article 36 du traité CEE). Les résultats de la recherche des sciences sociales ne permettent pas d'affirmer que l'interdiction de la publicité du tabac réduit sa consommation, de sorte qu'une interdiction de la publicité n'est pas adaptée à l'objectif de protection de la santé.

La loi belge d'interdiction de la publicité ne touche pas uniquement les marques de cigarettes, mais également d'autres marchandises commercialisées par des campagnes publicitaires se référant à ou reprenant le nom d'une marque de cigarettes (par exemple boots Camel, briquets Dunhill, cosmétiques Davidoff, vêtements Camel Trophy Adventure).

L'interdiction prévue des prestations de service publicitaires pour le marché belge viole en outre l'article 59 du traité CEE sur la liberté des prestations de service. Elle ne peut être justifiée par des intérêts publics supérieurs.

Une proposition de directive de la Commission sur l'interdiction de la publicité du tabac est discutée depuis longtemps au sein du conseil des ministres de l'UE — sans résultat jusqu'à présent. »

Ze zouden niet alleen de persgroepen raken, maar eveneens de schoenenindustrie, de kledingsindustrie en de horlogemakerijen.

Het Belgische wetsontwerp kan niet worden gerechtvaardigd door motieven ter bescherming van de gezondheid (artikels 36 van het EG-verdrag). Uit de resultaten van het onderzoek van de sociale wetenschappen kan niet worden afgeleid dat het verbod op tabaksreclame de consumptie zou verminderen, een verbod op reclame is als het ware niet aangepast aan het doel voor de bescherming van de gezondheid.

De Belgische wet tot verbod op publiciteit raakt niet enkel de verschillende sigarettemerken, maar eveneens andere handelsgoederen en dit via publiciteitscampagnes die verwijzen naar een bepaald sigarettenmerk of die dezelfde naam gebruiken (bijvoorbeeld boots Camel, aanstekers Dunhill, cosmetica Davidoff, kleding Camel Trophy Adventure).

Het voorziene verbod op de publicitaire dienstverlening op de Belgische markt doet daarenboven afbreuk aan artikel 59 van het EG-verdrag betreffende de vrije dienstverlening, het kan enkel worden gerechtvaardigd door hogere belangen.

Een voorstel tot richtlijn van de Commissie tot verbod op tabaksreclame wordt reeds lang besproken op de Ministerraad van de EU — dit tot op heden zonder resultaat. »