

---

**Belgische Kamer  
van Volksvertegenwoordigers**

---

GEWONE ZITTING 1995-1996 (\*)

5 JUNI 1996

---

**WETSVOORSTEL**

**houdende verbod op de reclame  
voor tabaksprodukten**

---

AMENDEMENTEN

---

N<sup>o</sup> 11 VAN DE HEER DETIENNE c.s.

Art. 2

**Dit artikel vervangen als volgt :**

« In artikel 7, § 2, van de wet van 24 februari 1977 betreffende de bescherming van de gezondheid van de verbruikers op het stuk van de voedingsmiddelen en andere produkten, gewijzigd bij de wet van 22 maart 1989, worden na de woorden « soortgelijke produkten evenals » de woorden « op 31 mei 1998 » ingevoegd. »

VERANTWOORDING

In afwachting van een bij wet ingesteld volledig verbod van alle reclame voor tabaksprodukten zal een koninklijk besluit tot verbod van affichage opgesteld worden. Dit koninklijk besluit moet nog tot 30 mei 1998 van kracht

---

Zie :

- 346 - 95 / 96 :

- N<sup>o</sup> 1 : Wetsvoorstel van de heer Vanvelthoven, mevrouw Vanlerberghe en de heer Cuyt.
- N<sup>o</sup> 2 : Amendementen.

---

(\*) Tweede zitting van de 49<sup>e</sup> zittingsperiode.

---

**Chambre des Représentants  
de Belgique**

---

SESSION ORDINAIRE 1995-1996 (\*)

5 JUIN 1996

---

**PROPOSITION DE LOI**

**interdisant la publicité  
pour les produits du tabac**

---

AMENDEMENTS

---

N<sup>o</sup> 11 DE M. DETIENNE ET CONSORTS

Art. 2

**Compléter cet article par les mots « le 31 mai 1998 ».**

JUSTIFICATION

En attendant une interdiction totale par la loi de toute publicité pour les produits de tabac un arrêté royal interdisant la publicité par affichage sera rédigé. Cet arrêté royal doit rester d'application jusqu'au 30 mai 1998 et être abro-

---

Voir :

- 346 - 95 / 96 :

- N<sup>o</sup> 1 : Proposition de loi de M. Vanvelthoven, Mme Vanlerberghe et M. Cuyt.
- N<sup>o</sup> 2 : Amendements.

---

(\*) Deuxième session de la 49<sup>e</sup> législature.

blijven en pas op 31 mei 1998 worden opgeheven. Vanaf die datum zal het volledige reclameverbod bij wet geregeld zijn.

N° 12 VAN DE HEER DETIENNE c.s.

Art. 3

**De voorgestelde § 2bis vervangen door wat volgt :**

« § 2bis. — 1° *Het is verboden reclame te voeren voor en te sponsoren door tabak, produkten op basis van tabak en soortgelijke produkten, hierna tabaksprodukten genoemd.*

*Als reclame en sponsoring wordt beschouwd 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.;*

2° *De logo's van een merk, dat zowel voor tabaksprodukten als in andere sectoren gebruikt wordt, mogen geen gelijkenissen vertonen behalve de merknaam.*

*De bepaling van het eerste lid is niet van toepassing : op het aanbrengen van logo's van tabaksprodukten op affiches in en aan de voorgevel van tabakswinkels en van krantenwinkels die tabaksprodukten verkopen. »*

VERANTWOORDING

Het is de bedoeling om ook het sponsoren door tabaksfabrikanten of -handelaren te verbieden. *Sponsoring* kan inderdaad ook beschouwd worden als een vorm van reclame, maar het lijkt wel nuttig het verbod op reclame door *sponsoring* expliciet te vermelden.

Het is nuttig de definitie van « reclame » zodanig uit te breiden en te veralgemenen dat alle mogelijke vormen, manieren en technieken (die niet noodzakelijk communicatievormen zijn) in deze definitie vervat zijn, zowel de huidige als de toekomstige.

Alle thans bestaande verbodsbepalingen blijven uiteraard bestaan, zoals gratis monsters, reclame in de lucht, in jeugdtijdschriften enz.

*Internet*, tombola's, verbruikerstests, verlaagde prijzen, gezamenlijk aanbod, geschenken, gratis extra-sigaretten tegen dezelfde prijs enz. zijn slechts enkele van de talrijke nu reeds toegepaste maar nog niet verboden technieken.

De fantasie, de creativiteit en de verbeelding van de tabakssector kennen echter geen grenzen en steeds vindt deze sector nieuwe manieren om de verkoop te bevorderen of om tot de aankoop van tabaksprodukten aan te zetten.

gé seulement le 31 mai 1998. A partir de cette date l'interdiction totale de la publicité sera réalisée par la loi.

Th. DETIENNE  
H. BROUNS  
F. LOZIE  
M. VANLERBERGHE  
L. VANVELTHOVEN

N° 12 DE M. DETIENNE ET CONSORTS

Art. 3

**Remplacer le § 2bis proposé par ce qui suit :**

« § 2bis. — 1° *Il est interdit de faire de la publicité pour et du parrainage par le tabac, les produits à base de tabac et les produits similaires, ci-après dénommés produits de tabac.*

*Est considérée comme publicité et parrainage, toute communication ou action qui vise, directement ou indirectement, à promouvoir la vente, quels que soient l'endroit, le support ou les techniques utilisés.;*

2° *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.*

*La disposition du premier alinéa ne s'applique pas : à l'apposition de logos de produits de tabac sur des affiches dans et sur la devanture de magasins de tabac et de magasins de journaux qui vendent des produits de tabac. »*

JUSTIFICATION

L'intention est d'interdire également le parrainage (*sponsoring*) par les fabricants et commerçants de tabac. Le parrainage peut en effet aussi être considéré comme une forme de publicité mais il semble utile de citer explicitement l'interdiction de la publicité par le parrainage.

Il est utile d'élargir et de généraliser la définition de « publicité » de manière à ce que toutes les formes, manières et techniques (qui ne sont pas nécessairement des moyens de communication) soient compris dans cette définition, aussi bien les actuelles que les futures.

Il est évident que toutes les interdictions existantes continuent à exister, telles les échantillons gratuits, la publicité aérienne, dans les magazines pour jeunes, etc.

*Internet*, les tombolas, des tests de consommation, des prix réduits, l'offre conjointe, les cadeaux, des cigarettes supplémentaires pour le même prix, etc. ne sont que quelques techniques actuellement utilisées mais pas encore interdites.

Il n'y a toutefois pas de limites à la fantasie, la créativité et l'imagination du secteur du tabac qui trouve tout le temps des nouvelles manières pour promouvoir la vente ou pour inciter à l'achat de produits de tabac.

Mocht in de wet zelf een aantal voorbeelden worden gegeven, dan zou zulks tot de verkeerde interpretatie aanleiding kunnen geven dat de niet-vermelde vormen van reclame wel toegestaan zijn.

Een van de toegepaste methodes van indirecte reclame is het gebruiken van het merk of het logo van een merk van tabaksprodukten in andere sectoren dan in de tabakssector.

De vertegenwoordigers van de tabakssector werpen op dat ze hun produkten willen diversifiëren.

Maar het is evident dat het de bedoeling is de naam bekendheid van het tabaksmerk ook op andere manieren dan via de tabaksprodukten te promoten.

Deze bijzondere techniek zou dus ook op een geëigende wijze aan banden moeten worden gelegd : de kleur en vorm van de letters en andere in het logo gebruikte tekens mogen niet dezelfde zijn.

Het creëren van een nieuw tabaksprodukt met een naam van een merk dat in een andere sector reeds bestaat, valt ook onder deze verbodsbepaling.

Een uitzondering op het algemene reclameverbod lijkt te verantwoorden, met name het afficheren van logo's of merken van tabaksprodukten in tabakswinkels en in krantenwinkels, die ook tabaksprodukten verkopen, evenals op de voorgevel van dergelijke handelszaken.

Deze afwijking mag echter niet gelden voor gewone winkels (kruideniers), grote warenhuizen, HORECA-zaken en andere inrichtingen, waar de verkoop van tabaksprodukten van ondergeschikt belang is, en voor boekhandels waar de impact op de jeugd te groot zou zijn.

Het aanbrenge van logo's van tabaksmerken op specifiek voor de verkoop van tabaksprodukten bestemde apparaten, zoals automaten en andere verdeelapparaten, die bijvoorbeeld in de grote warenhuizen zijn opgesteld, is evenmin toegestaan.

#### N° 13 VAN DE HEER DETIENNE c.s.

##### Art. 4

**1) In de eerste zin, het woord « dertigduizend » vervangen door het woord « honderdduizend ».**

**2) Na de woorden « artikel 7, § 2bis, », de woorden « of de besluiten genomen ter uitvoering van artikel 7, § 2 in verband met tabaksprodukten » invoegen.**

**3) De tweede zin van de voorgestelde § 3 vervangen door de volgende bepaling :**

« Deze bepaling is eveneens van toepassing op de uitgevers, drukkers en in het algemeen op alle personen die bij de verspreiding van de reclame of sponsoring betrokken zijn. »

**4) De voorgestelde tekst aanvullen met wat volgt :**

« In § 2, 2°, van dit artikel worden tussen de woorden « en § 2 » en het woord « overtreedt », de woorden « in verband met de reclame voor alcohol en alcoholische dranken » toegevoegd. »

Donner des exemples dans la loi même pourrait conduire à l'interprétation erronée que les formes non-mentionnées seraient autorisées.

Une des méthodes de publicité indirecte utilisée est d'apposer une marque ou le logo d'une marque de produits de tabac dans d'autres secteurs que celui des produits de tabac.

Selon les représentants du secteur du tabac l'intention est d'arriver à une diversification de leurs produits.

En fait, le but principal est clairement de promouvoir la notoriété de la marque de tabac par d'autres moyens que par le biais des produits de tabac.

Cette technique devrait dès lors être limitée par des moyens spécifiques : la couleur et la forme des lettres et autres signes utilisés dans le logo ne peuvent pas être identiques.

La création d'un nouveau produit de tabac avec le nom d'une marque qui existe déjà dans un autre secteur tombe également sous cette interdiction.

Une seule exception à l'interdiction générale semble être justifiable : l'affichage de logos ou de marques de produits de tabac dans les magasins de tabac et dans les magasins de journaux qui vendent des produits de tabac, ainsi que sur la devanture de ce type de magasins.

Cette dérogation ne peut toutefois pas valoir pour les magasins normaux (les épiciers), les grandes surfaces, les établissements du secteur HORECA, où la vente de produits de tabac est d'une importance secondaire ni pour les librairies, où l'impact sur la jeunesse est susceptible d'être trop important.

D'autre part, l'apposition de logos de produits de tabac sur des appareils servant spécifiquement à la vente de produits de tabac, tels que les distributeurs automatiques et d'autres appareils de distribution, qui sont par exemple placés dans les grandes surfaces, n'est pas admise non plus.

#### N° 13 DE M. DETIENNE ET CONSORTS

##### Art. 4

**1) Remplacer dans la première phrase du § 3 proposé les mots « trente mille » par les mots « cent mille ».**

**2) Entre les mots « l'article 7, § 2bis, » et les mots « de la présente loi » insérer les mots « ou les arrêtés d'exécution de l'article 7, § 2 ».**

**3) Remplacer la deuxième phrase du § 3 proposé par ce qui suit :**

« Cette disposition s'applique également aux éditeurs, imprimeurs et en général à toutes les personnes qui assurent la diffusion de la publicité ou le parrainage. »

**4) Compléter le texte proposé par ce qui suit :**

« A l'article 15, § 2, 2° après les mots « et § 2 » les mots « relatives à la publicité concernant l'alcool et les boissons alcoolisées » sont ajoutés. »

VERANTWOORDING

1) Het lijkt aangewezen in zwaardere straffen te voorzien; zo komen die dichter in de buurt van de reclameuitgaven.

2) Het lijkt ook aangewezen om deze straffen ook van toepassing te maken op de bepalingen van het koninklijk besluit in verband met de reclame voor tabaksprodukten.

3) Thans ontsnappen de drukkers, uitgevers, reclamebureaus enz. aan de strafbepalingen zodat zij geneigd zijn om de niet-conforme reclame te maken, te drukken of te verspreiden.

Indien ze aan dezelfde sancties onderworpen worden als de tabakssector zelf, zullen zij aan dergelijke praktijken niet willen meewerken.

4) Aangezien de straffen voor de tabaksreclame verhoogd worden, hoeven de straffen bepaald bij artikel 15, § 2, 2°, niet langer van toepassing te zijn op de tabaksreclame maar wel nog op de reclame voor alcohol en alcoholische dranken.

N<sup>r</sup> 14 VAN DE HEER DETIENNE c.s.

Art. 5

**In dit artikel, tussen het woord « wordt » en het woord « opgeheven », de woorden « op 31 mei 1998 » invoegen.**

VERANTWOORDING

De wijzigingen die in het koninklijk besluit betreffende de reclame voor tabaksprodukten zullen worden aangebracht, dienen nog tot de inwerkingtreding van de wet, namelijk 30 mei 1998, van kracht te blijven samen met het gewijzigde koninklijk besluit.

Het koninklijk besluit wordt vervolgens op 31 mei 1998 opgeheven.

N<sup>r</sup> 15 VAN DE HEER DETIENNE c.s.

Art. 6

**Dit artikel vervangen door de volgende bepaling :**

« Art. 6. — Deze wet treedt in werking op 31 mei 1998 met uitzondering van artikel 4 dat in werking treedt op de dag van zijn bekendmaking in het Belgisch Staatsblad. »

JUSTIFICATION

1) Il semble opportun d'alourdir les peines pour que celles-ci avoisinent le montant des dépenses consacrées à la publicité.

2) Il semble également indiqué d'appliquer les mêmes sanctions aux dispositions de l'arrêté royal relatives à la publicité pour les produits de tabac.

3) Actuellement les imprimeurs, éditeurs, bureaux publicitaires, etc. échappent aux sanctions ce qui les incite à créer, imprimer ou diffuser les publicités non-conformes.

Si ceux-ci sont soumis aux mêmes sanctions que le secteur du tabac, ils refuseront de participer à ces pratiques.

4) Puisque les sanctions pour la publicité pour le tabac sont alourdies, les sanctions de l'article 15, § 2, 2° ne doivent plus s'appliquer à la publicité pour le tabac mais seulement à la publicité concernant l'alcool et les produits alcoolisés.

N<sup>o</sup> 14 DE M. DETIENNE ET CONSORTS

Art. 5

**Compléter cet article par ce qui suit : « le 31 mai 1998 ».**

JUSTIFICATION

Les modifications qui seront apportées à l'arrêté royal relatif à la publicité concernant les produits de tabac pourront subsister jusqu'à l'entrée en vigueur de la loi, c'est-à-dire le 30 mai 1998, en même temps que l'arrêté royal modifié.

Cet arrêté royal est ensuite abrogé d'office le 31 mai 1998.

Th. DETIENNE  
R. BIEFNOT  
H. BROUNS  
Ph. DALLONS  
R. LESPAGNARD  
F. LOZIE  
M. MINNE  
M. VANLERBERGHE  
L. VANVELTHOVEN

N<sup>o</sup> 15 DE M. DETIENNE ET CONSORTS

Art. 6

**Remplacer cet article par la disposition suivante :**

« Art. 6. — La présente loi entre en vigueur le 31 mai 1998 à l'exception de l'article 4 qui entre en vigueur le jour de sa publication au Moniteur belge. »

## VERANTWOORDING

Een uitstel van de inwerkingtreding is nodig om uitvoering te geven aan alle bestaande reclames en contracten en die reclames te verwijderen. Ondertussen kan bij koninklijk besluit een verbod op affichage uitgevaardigd worden dat sneller in werking kan treden, bijvoorbeeld op 31 mei 1997. Op 31 mei 1998 treden dan alle verbodsbepalingen in werking, zonder mogelijkheid tot opschorting. Deze overgangstermijn biedt nog een bijkomende mogelijkheid om tot een eensgezind Europees standpunt te komen.

De zwaardere strafbepalingen zouden nochtans onmiddellijk in werking moeten kunnen treden.

N<sup>o</sup> 16 VAN DE HEER LESPAGNARD c.s.

## Art. 2

**Dit artikel vervangen als volgt :**

« In artikel 7, § 2, van de wet van 24 februari 1977 betreffende de bescherming van de gezondheid van de verbruikers op het stuk van de voedingsmiddelen en andere produkten, gewijzigd bij de wet van 22 maart 1989, worden na de woorden « soortgelijke produkten evenals », de woorden « op 1 januari 1999 » ingevoegd.

## VERANTWOORDING

In afwachting van een bij wet ingesteld volledig verbod van alle reclame voor tabaksprodukten zal een koninklijk besluit tot verbod van affichage opgesteld worden. Dit koninklijk besluit moet nog tot 31 december 1998 van kracht blijven en pas op 1 januari 1999 worden opgeheven. Vanaf die datum zal het volledige reclameverbod bij wet geregeld zijn.

N<sup>o</sup> 17 VAN DE HEER LESPAGNARD c.s.

## Art. 6

**Dit artikel vervangen door de volgende bepaling :**

« Art. 6. — Deze wet treedt in werking op 1 januari 1999 met uitzondering van artikel 4 dat in werking treedt op de dag van zijn bekendmaking in het Belgisch Staatsblad. ».

## VERANTWOORDING

Een uitstel van inwerkingtreding is nodig om uitvoering te geven aan alle bestaande reclames en contracten en die reclames te verwijderen. Ondertussen kan bij koninklijk besluit een verbod op affichage uitgevaardigd worden dat sneller in werking kan treden, bijvoorbeeld op 31 mei 1997. Op 1 januari 1999 treden dan alle verbodsbepalingen in

## JUSTIFICATION

Un ajournement de l'entrée en vigueur est nécessaire pour pouvoir achever et enlever toutes les publicités et contrats actuels. Entretemps, un arrêté royal peut interdire l'affichage, qui peut entrer en vigueur plus vite, par exemple le 31 mai 1997. Le 31 mai 1998 toutes les interdictions entreront en vigueur, sans possibilité de dérogations. Le délai transitoire donne une possibilité supplémentaire pour pouvoir arriver à une position européenne commune.

Les sanctions plus sévères devraient toutefois pouvoir entrer en vigueur immédiatement.

Th. DETIENNE  
H. BROUNS  
F. LOZIE

N<sup>o</sup> 16 DE M. LESPAGNARD ET CONSORTS

## Art. 2

**Compléter cet article par les mots « le 1<sup>er</sup> janvier 1999 ».**

## JUSTIFICATION

En attendant une interdiction totale par la loi de toute publicité pour les produits de tabac, un arrêté royal interdisant la publicité par affichage sera rédigé. Cet arrêté royal doit rester d'application jusqu'au 31 décembre 1998 et être abrogé seulement le 1<sup>er</sup> janvier 1999. A partir de cette date l'interdiction totale de la publicité sera réalisée par la loi.

N<sup>o</sup> 17 DE M. LESPAGNARD ET CONSORTS

## Art. 6

**Remplacer cet article par la disposition suivante :**

« Art. 6. — La présente loi entre en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 1999 à l'exception de l'article 4 qui entre en vigueur le jour de sa publication au Moniteur belge. ».

## JUSTIFICATION

Un ajournement de l'entrée en vigueur est nécessaire pour pouvoir achever et enlever toutes les publicités et contrats actuels. Entre temps, un arrêté royal peut interdire l'affichage, qui peut entrer en vigueur plus vite, par exemple le 31 mai 1997. Le 1<sup>er</sup> janvier 1999 toutes les interdictions entreront en vigueur, sans possibilité de dé-

werking, zonder mogelijkheid tot opschorting. Deze overgangstermijn biedt nog een bijkomende mogelijkheid om tot een eensgezind Europees standpunt te komen.

De zwaardere strafbepalingen zouden nochtans onmiddellijk in werking moeten kunnen treden.

rogations. Le délai transitoire donne une possibilité supplémentaire pour pouvoir arriver à une position européenne commune.

Les sanctions plus sévères devraient toutefois pouvoir entrer en vigueur immédiatement.

R. LESPAGNARD

R. BIEFNOT

Ph. DALLONS

M. MINNE