
**Chambre des Représentants
de Belgique**

SESSION ORDINAIRE 1996-1997 (*)

26 NOVEMBRE 1996

PROPOSITION DE LOI

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

AMENDEMENT

présenté après dépôt du rapport

N° 18 DE MME VANLERBERGHE

Art. 3

**Au § 2bis proposé, apporter les modifications
suivantes :**

1) remplacer le 2° par ce qui suit :

« 2° L'interdiction visée au 1° ne s'applique pas à :

— la publicité pour les produits de tabac faite dans des journaux et périodiques étrangers, sauf lorsque cette publicité ou l'importation de ces journaux ou périodiques a pour objet principal de promouvoir les produits de tabac sur le marché belge;

— la publicité fortuite pour les produits de tabac faite dans le cadre de la communication au public d'un événement qui se déroule à l'étranger, sauf lorsque cette publicité ou la communication au public de cet événement a pour objet principal de promouvoir les produits de tabac sur le marché belge;

Voir :

- 346 - 95 / 96 :

— N° 1 : Proposition de loi de M. Vanvelthoven.

— N° 2 et 3 : Amendements.

— N° 4 : Rapport.

— N° 5 : Texte adopté par la commission.

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

**Belgische Kamer
van Volksvertegenwoordigers**

GEWONE ZITTING 1996-1997 (*)

26 NOVEMBER 1996

WETSVOORSTEL

**houdende verbod op de reclame
voor tabaksprodukten**

AMENDEMENT

voorgesteld na indiening van het verslag

N° 18 VAN MEVR. VANLERBERGHE

Art. 3

**In de voorgestelde § 2bis de volgende wijzi-
gingen aanbrengen :**

1) het 2° vervangen door wat volgt :

« 2° Het in het 1° bedoelde verbod is niet van toe-
passing op :

— reclame voor tabaksprodukten in buitenlandse kranten en periodieke uitgaven, behoudens wanneer die reclame of de invoer van dergelijke krant of periodieke uitgave er hoofdzakelijk toe strekt reclame voor tabaksprodukten te voeren voor de Belgische markt;

— de incidentele reclame voor tabaksprodukten in het kader van de mededeling aan het publiek van evenementen in het buitenland, behoudens wanneer die reclame of de mededeling aan het publiek van het evenement er hoofdzakelijk toe strekt reclame voor tabaksprodukten te voeren voor de Belgische markt;

Zie :

- 346 - 95 / 96 :

— N° 1 : Wetsvoorstel van de heer Vanvelthoven.

— N° 2 en 3 : Amendementen.

— N° 4 : Verslag.

— N° 5 : Tekst aangenomen door de commissie.

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

— *l'apposition de la marque d'un produit de tabac sur la devanture de magasins de tabac et de magasins de journaux qui vendent des produits de tabac.* »;

2) ajouter un 3°, libellé comme suit :

« 3° *Il est interdit d'utiliser une marque qui doit principalement sa notoriété à un produit de tabac à des fins publicitaires dans d'autres domaines, tant que la marque est utilisée pour un produit de tabac.*

Cette disposition ne déroge pas au droit des sociétés à faire de la publicité pour des produits de leur marque déposée qui ne sont pas des produits de tabac, à condition :

a) *que le chiffre d'affaires afférent aux produits de tabac commercialisés sous la même marque déposée, même par une autre entreprise, n'excède pas la moitié du chiffre d'affaires afférent aux autres produits de la marque en question, et*

b) *que cette marque ait été déposée à l'origine pour des produits qui ne sont pas des produits de tabac.* ».

JUSTIFICATION

Le présent amendement tend à apporter un certain nombre de modifications à la nouvelle réglementation interdisant la publicité pour les produits du tabac et, par là même, à résoudre certains problèmes créés involontairement par la nouvelle loi, sans pour autant ôter tout effet à l'interdiction.

Dispositions d'exception

Le nouveau point 2) proposé prévoit trois dispositions d'exception :

1° Le premier problème a trait aux journaux et aux revues provenant de pays qui n'interdisent pas la publicité pour le tabac. L'objectif n'est pas d'éliminer ces journaux et ces revues du marché belge au seul motif qu'ils contiennent de la publicité pour le tabac. L'amendement tend dès lors à soustraire la publicité pour le tabac publiée dans les journaux et les périodiques étrangers à cette interdiction. Des exceptions similaires sont d'ailleurs prévues dans la législation d'autres pays (notamment en Australie, au Canada, en Islande, en Norvège). Cette disposition ne peut toutefois être utilisée pour contourner la loi. Ainsi convient-il plus particulièrement d'éviter que la publicité pour le tabac n'aboutisse délibérément par l'étranger sur le marché belge. C'est la raison pour laquelle la publicité pour le tabac demeurera interdite lorsqu'elle sera essentiellement axée sur le marché belge. De même, la publication ne pourra être importée essentiellement à cette fin.

2° Un autre problème concerne la retransmission par la télévision ou par d'autres médias de certains événements organisés à l'étranger, tels que des compétitions sportives ou des manifestations culturelles, événements au cours desquels apparaît incidemment une publicité pour des produits de tabac. On peut également se demander à cet égard si les conséquences de l'interdiction auraient encore une commune mesure avec l'objectif visé. Nous proposons dès lors de prévoir une exception à ladite interdiction en ce qui concerne la publicité occasionnelle pour les produits du tabac dans le cadre de la retransmission d'événements

— *het aanbrengen van het merk van een tabaksprodukt op affiches in en aan de voorgevel van tabakswinkels en van krantenwinkels die tabaksprodukten verkopen.* »;

2) een 3° toevoegen, luidend als volgt :

« 3° *Het is verboden een merk dat zijn bekendheid hoofdzakelijk aan een tabaksprodukt ontleent, voor reclame op andere gebieden te gebruiken, zolang het merk voor een tabaksprodukt wordt gebruikt.*

Deze bepaling doet geen afbreuk aan het recht van ondernemingen om onder hun merknaam reclame te maken voor andere dan tabaksprodukten, mits :

a) *de omzet van, zelfs door een andere onderneming, onder dezelfde merknaam op de markt gebrachte tabaksprodukten niet meer dan de helft bedraagt van de omzet van andere produkten dan tabak van het merk in kwestie, en*

b) *dit merk oorspronkelijk is gedeponeerd voor andere dan tabaksprodukten.* ».

VERANTWOORDING

Dit amendement beoogt een aantal correcties aan te brengen op de nieuwe reglementering inzake het verbod van de reclame voor tabaksprodukten. Hiermee wordt een oplossing gegeven voor sommige ongewenste moeilijkheden die de nieuwe wet met zich kan brengen, zonder dat zulks mag leiden tot een uitholling van het verbod.

Uitzonderingsbepalingen

Het voorgestelde nieuwe 2° groepeert drie uitzonderingsbepalingen :

1° Vooreerst is er het probleem van de kranten en tijdschriften afkomstig uit landen waar de tabaksreclame toegelaten blijft. Het is niet de bedoeling dat deze kranten en tijdschriften van de Belgische markt zouden worden verwijderd, louter omdat daarin tabaksreclame is opgenomen. Het amendement stelt dan ook voor dat het reclameverbod niet zou gelden voor tabaksreclame in buitenlandse kranten en periodieke uitgaven. Vergelijkbare uitzonderingen zijn overigens ook terug te vinden in de wetgeving van sommige andere landen (bijvoorbeeld Australië, Canada, IJsland, Noorwegen, ...). Deze uitzonderingsbepaling mag echter niet worden aangegrepen om de wetgeving te omzeilen. In het bijzonder moet worden verhinderd dat hierdoor doelbewust via het buitenland tabaksreclame op de Belgische markt zal worden gebracht. Daarom zal deze reclame verboden blijven wanneer deze er hoofdzakelijk toe strekt reclame te voeren voor de Belgische markt. Evenmin mag de publikatie hoofdzakelijk met dit doel worden ingevoerd.

2° Een ander probleem betreft de uitzending via televisie en dergelijke van sommige evenementen in het buitenland, zoals sportwedstrijden of culturele manifestaties, waarbij incidenteel reclame voor tabaksprodukten wordt gemaakt. Ook hier rijst de vraag of de gevolgen van het verbod nog wel in verhouding zouden staan tot het beoogde doel. Wij stellen dan ook voor een uitzondering te maken voor incidentele tabaksreclame in het kader van de uitzending van evenementen in het buitenland. De bepaling verwijst naar iedere publieke mededeling, ongeacht de communicatiemiddelen die daartoe worden gebruikt. Ook hier

organisés à l'étranger. La disposition renvoie à toute communication au public, quelque soient les moyens de communication utilisés. Il y a également lieu d'éviter, en l'espèce, que l'on ne contourne cette interdiction par le biais de cette dérogation : la publicité ou la retransmission de l'événement ne peut pas avoir pour objectif principal de faire de la publicité pour les produits de tabac sur le marché belge. De même, la retransmission ne peut avoir pour objectif principal de diffuser de la publicité. C'est ainsi qu'il serait inadmissible qu'un événement soit organisé à l'étranger à grand renfort de publicité pour une marque de tabac dans le but de le retransmettre ensuite en Belgique.

3° Enfin, la disposition d'exception prévue au point 2°, alinéa 2, du texte adopté par la commission a été reprise, à savoir l'apposition de logos sur des affiches dans et sur la devanture de magasins de tabac et de magasins de journaux qui vendent des produits du tabac. Afin d'éviter tout malentendu quant à la signification de la notion de logo, le mot « logo » a toutefois été remplacé par le mot « marque » dans la nouvelle disposition proposée.

Publicité dans d'autres secteurs

Enfin, il s'agit de se pencher sur le problème posé par la publicité faite pour des produits autres que les produits du tabac mais qui sont commercialisés sous le même nom de marque. L'objectif n'est pas d'interdire cette publicité de façon absolue. Il faut notamment songer à la publicité faite pour certains produits et dont le but n'est pas de contourner l'interdiction de la publicité pour les produits du tabac.

L'article 3, § 2bis, 2°, proposé, du texte adopté par la commission interdit toute utilisation d'un logo dans d'autres secteurs, lorsque celui-ci présente des similitudes avec un logo qui est utilisé pour des produits du tabac. Une telle interdiction risque d'avoir des effets excessifs, en particulier si ce logo est utilisé pour des produits qui ne sont pas associés au tabac.

Afin de remédier à ces difficultés, le présent amendement vise à reformuler l'interdiction de publicité indirecte sans pour autant permettre qu'elle soit contournée. La formulation proposée est basée sur l'article 2, alinéas 2 et 2bis, de la proposition modifiée de directive du Conseil des Communautés européennes concernant le rapprochement des dispositions légales et administratives des États membres relatives à la publicité pour les produits du tabac (JO n° C 129/5).

Afin d'apprécier la portée de l'interdiction de la publicité, il conviendra d'examiner si la marque du produit concerné doit principalement sa notoriété à un produit du tabac. Si c'est le cas, la publicité faite pour un produit portant cette marque sera considérée comme de la publicité indirecte interdite. Cette interdiction ne se justifie évidemment que si la marque est effectivement utilisée également pour un produit du tabac.

Une entreprise est toutefois autorisée à faire de la publicité, sous une marque devant principalement sa notoriété à un produit de tabac, pour des produits autres que des produits du tabac lorsque les conditions suivantes sont remplies :

a) Le chiffre d'affaires afférent aux produits du tabac mis sur le marché n'excède pas la moitié du chiffre d'affaires afférent aux autres produits de la même marque. Il faut donc que le tabac n'occupe pas une place dominante dans l'ensemble de la gamme des produits vendus sous une marque déterminée. La limite à ne pas dépasser en l'occurrence en termes de chiffres d'affaires pour les produits du tabac, à savoir la moitié des autres produits, a été reprise

moet worden vermeden dat het verbod via deze uitzondering zou worden omzeild : de reclame of de uitzending van het evenement mogen er niet hoofdzakelijk toe strekken reclame voor tabaksprodukten te maken voor de Belgische markt. Evenmin mag het evenement hoofdzakelijk met dit doel aan het publiek worden medegedeeld. Het gaat bijvoorbeeld niet op dat onder de massale vermelding van een tabaksmerk in het buitenland een evenement zou worden georganiseerd met de bedoeling dit vervolgens in België uit te zenden.

3° Tenslotte wordt de uitzonderingsbepaling bedoeld in 2°, tweede lid van de tekst die door de commissie werd aangenomen hernomen, met name wat betreft het aanbrengen van logo's op affiches in en aan de voorveel van tabakswinkels en van krantenwinkels die tabaksprodukten verkopen. Om onduidelijkheid te vermijden over de betekenis van het begrip « logo » wordt in de voorgestelde nieuwe formulering echter gesproken over het aanbrengen van het merk.

Reclame op andere gebieden

Vervolgens moet aandacht worden besteed aan het probleem van de reclame die wordt gevoerd voor andere dan tabaksprodukten, maar met eenzelfde merknaam. Het is niet de bedoeling deze reclame in alle gevallen te verbieden. Met name moet hierbij worden gedacht aan de reclame voor produkten die niet tot doel heeft het verbod op tabakskreclame te omzeilen.

Artikel 3, § 2bis, 2° van de door de commissie goedgekeurde tekst verbiedt ieder gebruik van een logo in andere sectoren wanneer deze gelijkenissen vertoont met een logo dat voor tabaksprodukten wordt gebruikt. Een dergelijk verbod zou excessieve gevolgen hebben, in het bijzonder wanneer dit logo wordt gebruikt voor produkten die niet met tabak worden geassocieerd.

Om aan deze moeilijkheden te verhelpen beoogt het voorgestelde amendement het verbod van indirecte reclame te herformuleren, evenwel zonder hierdoor een omzeiling van het verbod toe te laten. De voorgestelde formulering is gebaseerd op artikel 2, lid 2 en lid 2bis van het gewijzigde voorstel van richtlijn van de Raad van de EG betreffende de onderlinge aanpassing van de wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen van de Lid-Staten inzake reclame voor tabaksprodukten (PB, n° C 129/5).

Om de draagwijdte van het reclameverbod te beoordelen moet worden nagegaan of het betrokken merk zijn bekendheid al dan niet hoofdzakelijk aan een tabaksprodukt ontleent. Indien dit het geval is wordt de reclame die voor een produkt onder dit merk wordt gevoerd, beschouwd als verboden indirecte reclame. Dergelijk verbod heeft uiteraard slechts zin zolang het merk ook werkelijk voor een tabaksprodukt wordt gebruikt.

Er wordt echter toegelaten dat een onderneming onder dergelijke merknaam voor andere dan tabaksprodukten reclame maakt, wanneer aan volgende voorwaarden is voldaan :

a) De omzet van op de markt gebrachte tabaksprodukten mag niet meer bedragen dan de helft van de omzet van de niet-tabaksprodukten van hetzelfde merk. Het is dus de bedoeling dat in het totale gamma van produkten die onder een bepaalde merknaam worden verkocht de tabak geen overheersende plaats inneemt. In navolging van de tekst van het voorstel van richtlijn wordt hier de helft van de omzet van niet-tabaksprodukten als drempel weerhouden.

du texte de la proposition de directive européenne. Cette disposition s'applique également lorsque ces produits sans tabac sont mis sur le marché par d'autres entreprises.

Prenons un exemple pour clarifier les choses. Imaginons qu'une entreprise réalise un chiffre d'affaires de 100 en commercialisant un parfum sous la marque X. A un certain moment, cette entreprise se met également à commercialiser des produits du tabac sous la même marque. Aussi longtemps que le chiffre d'affaires afférent à ces produits du tabac n'excèdera pas 50, soit la moitié du chiffre d'affaires de l'autre produit commercialisé par l'entreprise sous la même marque, l'entreprise pourra faire de la publicité pour le parfum sous la marque X.

b) La marque a été déposée initialement pour d'autres produits que ceux du tabac.

Dit geldt zelfs wanneer deze niet-tabaksprodukten door andere ondernemingen op de markt worden gebracht.

Bijvoorbeeld : Stel dat een onderneming een parfum onder het merk x op de markt brengt, waarvoor een omzet van 100 wordt gerealiseerd. De onderneming gaat op een bepaald moment ook tabaksprodukten onder hetzelfde merk x verkopen. Zolang de omzet van die tabaksprodukten niet meer dan 50 bedraagt, dat is de helft van de omzet van de niet-tabaksprodukten die onder het merk x worden verkocht, mag de onderneming reclame blijven maken voor de parfum met de naam x.

b) Het merk is oorspronkelijk gedeponneerd voor andere dan tabaksprodukten.

M. VANLERBERGHE