

Produits du tabac: publicité par presse écrite ou parlée et parrainage

1989/0194(COD) - 23/09/1992 - Comité économique et social: avis, rapport

Tout en étant conscient du fait que les préoccupations en matière de santé ont conduit les Etats membres à réglementer, voire à interdire, la publicité en faveur du tabac, le Comité estime toutefois que l'on devrait octroyer à l'industrie du tabac la possibilité d'élaborer, d'ici le 1er janvier 1994, des mesures d'autolimitation en matière de publicité et que la proposition de directive devrait être reportée jusqu'à cette date. Ces mesures d'autolimitation devraient comprendre au moins une interdiction de la publicité en faveur du tabac : - adressée spécifiquement aux jeunes; - associée aux activités sportives; - établissant un lien entre le fait de fumer et la maturité; - effectuée par voie de radiodiffusion (il existe déjà une interdiction au niveau des émissions télévisées). En tout état de cause, lorsque la publicité reste autorisée, elle ne devrait pas être agressive, notamment dans les lieux publics; en outre, elle devrait être soumise à des conditions strictes. Enfin, les autorités compétentes des différents Etats membres devraient garantir le respect du code d'autodiscipline. Un rapport sur son application devrait être élaboré au plus tard pour le 31 décembre 1995 et si l'inefficacité du code était établie, la Commission devrait prendre les mesures nécessaires pour redresser la situation. L'avis a été adopté par 67 voix pour, 48 voix contre et 11 abstentions.