

Publicité et parrainage en faveur des produits du tabac

2001/0119(COD) - 30/05/2001 - Document de base législatif

OBJECTIF : réglementer la publicité en faveur des produits du tabac et le parrainage dans ce domaine (à l'exception de la publicité télévisée déjà couverte par d'autres réglementations communautaires).

CONTENU : La proposition de directive a pour objet le rapprochement des dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres en matière de publicité en faveur des produits du tabac ainsi que la promotion de ces produits : - dans les journaux et autres publications, - dans les émissions radiodiffusées, - dans les services de la société de l'information, - par le biais du parrainage dans le domaine du tabac, y compris la distribution gratuite de produits du tabac. Elle vise à assurer la libre circulation des médias concernés et des services apparentés et à supprimer les obstacles au fonctionnement du marché intérieur. Elle est destinée à remplacer la directive 98/43/CE du 6 juillet 1998 qui a été annulée par la Cour de justice des Communautés européennes. La présente proposition ne traite pas de questions telles que la publicité indirecte, le suivi des dépenses publicitaires des entreprises de tabac ou la vente par des distributeurs automatiques, qui seront examinées dans le cadre d'une proposition de recommandation du Conseil actuellement en préparation.