

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

1989/0194(COD) - 22/04/1998

La commission a donné son feu vert à une proposition -en préparation depuis neuf ans- visant à interdire dans l'Union toute publicité et tout parrainage en faveur des produits du tabac. Suivant l'avis de son rapporteur, M. Christian CABROL (UPE, F), la commission s'est prononcée par 36 voix pour, 7 contre et 1 abstention pour l'adoption en l'état de la position commune du Conseil sur cette proposition. Tous les amendements (72 ont été déposés, d'autres ont été retirés) ont été rejetés par d'écrasantes majorités. Il appartient désormais à la plénière de se prononcer. La majorité absolue des voix (soit au moins 314) est requise pour que soit adopté en plénière un éventuel amendement à la position commune du Conseil. En cas d'adoption d'amendements, la proposition - à tout le moins les amendements - sera réexaminée par le Conseil. Si aucun amendement n'est adopté, le Conseil devrait adopter sa position commune sans autre modification. Dans son rapport, il déclare : "Conformément aux souhaits du Parlement européen, le texte de la position commune pose le principe, même assorti de dérogations sectorielles temporaires, de l'interdiction de la publicité pour les produits du tabac. Il répond en outre aux autres amendements du Parlement européen déposés en première lecture. Votre rapporteur s'en félicite et propose par conséquent que la position commune soit adoptée sans amendement." Il a estimé que le texte de la position commune est le meilleur compromis possible, en l'état actuel des législations nationales, entre la nécessité de garantir une interdiction générale de la publicité en faveur des produits du tabac et la prise en considération temporaire d'indispensables ajustements économiques. Chaque année dans l'Union européenne, quelque 511.000 personnes succombent aux conséquences du tabagisme. La position commune interdit toute forme de publicité ou de parrainage dans la Communauté (à l'exception de la publicité télévisée, déjà couverte par la directive 89/552/CEE du Conseil). En plus, elle stipule que la publicité indirecte et la distribution gratuite ayant les mêmes effets que la publicité directe, il conviendrait, dans le cadre de cette directive, d'adopter une réglementation englobant les formes de publicité indirectes qui, sans faire référence au tabac, recourent à des noms et marques associées à des produits du tabac. La position commune prévoit un délai général de transposition de trois ans. D'autre part, les Etats membres peuvent différer l'application de la directive : a) d'un an pour la presse et b) de deux ans pour le parrainage en général et, dans certaines conditions et limites spécifiques, pour le parrainage existant d'événements ou d'activités organisées au niveau mondial, pour une période supplémentaire de trois ans se terminant au plus tard le 1er octobre 2006. La directive ne s'applique ni à la publicité pour des produits, à leur présentation ou à l'indication de prix aux points de vente de tabac, ni aux communications destinées exclusivement au commerce ou à la vente de publications éditées et imprimées dans des pays tiers, dès lors que ces publications ne sont pas principalement destinées au marché communautaire. Il appartient, le cas échéant, aux Etats membres d'arrêter des mesures dans ces matières. La base juridique proposée d'entrée de jeu pour cette directive est l'article 100A du traité CE, qui couvre les mesures d'harmonisation de la législation régissant le marché intérieur. Le Conseil, par sa position commune, l'a complétée par les articles 57(2) (relatif à l'activité des indépendants) et 66 (relatif à la libre prestation de services). La commission a accepté cette base juridique en dépit de l'opposition manifestée par la commission juridique et des droits des citoyens qui a estimé dans l'avis qu'elle a adopté la semaine dernière par 12 voix pour et 7 voix contre, que l'article 100A ne constituait pas une base juridique valable étant donné que cette mesure ne portait pas sur les échanges intracommunautaires et que la publicité pour des produits fabriqués dans la légalité au sein du marché intérieur ne peut être légalement interdite. Le rapporteur de la commission juridique, M. James JANSSEN VAN RAAIJ (UPE, NL) a avisé la commission de l'environnement que l'article 129 (santé publique) constituait la base juridique adéquate. Mais le service juridique de la Commission européenne a réitéré sa position selon laquelle l'article 100A est la base juridique appropriée puisque le principal objectif de la directive est le fonctionnement du marché intérieur et l'élimination des entraves commerciales et des distorsions de concurrence. Aux dires de ses représentants, l'article 100a est en outre approprié parce que son troisième par. recommande un niveau élevé de protection de la santé.

L'harmonisation des législations nationales doit être soumise aux dispositions de l'article 100A et non de l'article 129 du traité.