

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

1989/0194(COD) - 06/06/1991 - Proposition législative modifiée pour reconsultation

-OBJECTIF : Cette nouvelle proposition modifiée de directive vise à proposer une harmonisation complète de la publicité du tabac, au moyen de son interdiction pure et simple. -CONTENU : .définitions : la directive définit les termes de publicité, de produits du tabac et d'établissements de vente de tabac. . principe de base de la directive : la règle générale est l'interdiction de toute publicité pour les produits du tabac dans la Communauté en dehors des établissements de vente de tabac. Cette interdiction couvre également les cas où la publicité est faite sans mentionner directement le produit du tabac, mais en utilisant une marque dont la notoriété est principalement associée à ce produit. En effet, en raison de la notoriété des marques, emblèmes ou autres signes distinctifs, la publicité qui présente d'autres produits du tabac est perçue comme étant faite en faveur des produits du tabac. Parallèlement, la directive se prémunit également contre la pratique qui consiste à utiliser la notoriété d'un produit autre que le tabac pour promouvoir un produit du tabac. La promotion en faveur des produits du tabac faite par le distribution gratuite est interdite, puisqu'il s'agit d'un mode de promotion directe. .L'interdiction générale ne s'applique pas à l'intérieur des établissements de vente de tabac disposant d'un espace intérieur clos pour servir les clients. Mais afin d'éviter tout risque de détournement de la règle de base, la publicité ne pourra être visible à l'extérieur. .Par analogie avec la directive sur la publicité trompeuse et la proposition de directive sur les médicaments, la directive met à la disposition des personnes ou organisations ayant un intérêt légitime à l'interdiction de la publicité, des moyens pour contrôler la limitation de la publicité. .Les Etats membres peuvent établir des règles de protection de la santé des personnes en matière de publicité des produits du tabac en ce qui concerne, par exemple, les établissements de vente de tabac pourvu qu'ils respectent les règles de la directive. .Les dispositions de cette directive doivent entrer en vigueur pour le 01.01.1993.