

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

1989/0194(COD) - 14/03/1990 - Texte adopté du Parlement, 1ère lecture/lecture unique

Le Parlement européen a approuvé cette proposition de directive avec les modifications suivantes : - la directive n'a plus pour objectif de limiter la publicité par voie d'affiches et de presse mais à interdire purement et simplement la publicité pour les produits du tabac que ce soit sur le support presse, par voie de films ou tout autre support publicitaire ou activités sponsorisées en faveur du tabac, - le PE insiste pour que tout type de publicité en faveur du tabac soit interdite comme cela existe déjà dans 2 Etats membres de la Communauté (Italie et Portugal) que ce soit de façon directe ou indirecte (notamment lors de manifestations sportives), - il définit la publicité comme visant à promouvoir les produits du tabac grâce à des marques, des sigles, des emblèmes, des symboles, des graphismes ou d'autres éléments distinctifs et l'interdit, - il interdit également toute forme de publicité pour les produits du tabac dans toute publication (et non pas seulement dans les publications destinées aux seuls jeunes), - il rappelle que les jeunes sont les victimes les plus désignées par une telle publicité et que l'un des objectifs fondamentaux de la Communauté est d'améliorer les conditions de vie et de santé des peuples de la Communauté par un haut degré de protection et en particulier celles des jeunes. Le PE rappelle, en outre, que 85% des cancers du poumon sont dus au tabac et qu'une étude néo-zélandaise a montré l'existence d'un lien entre la publicité et la consommation de tabac, - il supprime l'annexe de la directive concernant les avertissements à inscrire sur les encarts publicitaires, qui n'a plus lieu d'être, - il demande que les Etats membres se conforment à la directive avant le 31.12.1990.