tobaksreklame

Markedsudvalget
(EF-note E 71)

FOLKETINGETS MARKEDSUDVALG
Christiansborg, den 13. maj 1992

Til

udvalgets medlemmer og stedfortrædere.

Vedrørende forslag til Rådets direktiv om (forbud mod) reklame for tobaksvarer.

Under Markedsudvalgets møde fredag den 8. maj 1992, var der en indgående diskussion om den danske holdning til direktivforslaget. Markedsudvalgets drøftelse af sagen fortsætter på mødet den 14. maj 1992, og på den baggrund kan det være formålstjeneligt for udvalgets medlemmer, at have selve direktivforslaget (KOM(91)111), der er dateret 6. juni 1991.

./. Direktivforslaget vedlægges. Selve forslaget er ganske kort, idet det kun omfatter meget korte bestemmelser (artikler), hvoraf art. 2 omtaler, at alle former for reklame for tobaksvarer indenfor EF forbydes (jvf. side 13-15 i direktivforslaget).

I art. 3 nævnes dog en ganske kort undtagelse, idet medlemsstaterne kan tillade reklamer inde i tobaksudsalg, når reklamerne ikke er synlige udefra.

Direktivet træder i kraft (ifølge planen) den 1. januar 1993.

Selve lovgrundlaget er art. 100A, om harmonisering af medlemsstaternes lovgivninger m.v. I dette tilfælde tillige suppleret med art. 100A, stk. 3, der taler om harmonisering på højt beskyttelsesniveau.

Direktivforslaget er vedtaget af Parlamentet med et snævert flertal (jvf. EF-note E 55) og tillige med et ændringsforslag om, at medlemsstaterne kan vedtage strengere bestemmelser (er dette muligt?)

På mødet i Markedsudvalget sidste fredag blev det besluttet at udskyde en dansk beslutningstagen blandt andet fordi det blev oplyst af Sundhedsministeren, at en vedtaglse af direktivet i realiteten ville umuliggøre, at udenlandske publikationer og tidsskrifter m.v. med tobaksreklamer kunne sælges i EF. Det var på tale for nogle partiers vedkommende, kun at sige ja til direktivforslaget under forudsætning af, at udenlandske publikationer stadig kunne fås i EF og Danmark. Umiddelbart forekommer det vanskeligt, at løse denne opgave, med mindre man vil tvinge udgiverne til at lave en særlig EF/Europæisk udgave uden reklamer.

Men man kunne jo passende spørge ministeren, under mødet på torsdag den 14. maj, om hvordan de tre EF-lande, der i dag allerede har totalforbud mod tobaksreklamer, nemlig Frankrig, Italien og Portugal, løser dette problem.

Er der forbud mod at købe f.eks. det velkendte engelske økonomiske tidsskrift The Economist, der notorisk indeholder tobaksreklamer. Der er opgivet priser i både franc, lire og protugisiske escudos, jvf. vedlagte bilag, der indeholder forsiden med prisangivelser, og bagsiden med en

tobaksreklame. Det tyder på, at The Economist sælges i landene med forbud.

Med venlig hilsen

Niels Hoffmeyer

(Løbenr. 13889)