

UDENRIGSMINISTERIET

*tobaksreklame*

ASIATISK PLADS 2  
1448 KØBENHAVN K  
TELEFON: 45 33 92 00 00  
GIROKONTO 3 00 18 06  
TELEX: 31292 ETR DK  
TELEFAX: 45 31 54 05 33  
TELEGRAMADRESSE: ETRANGERES

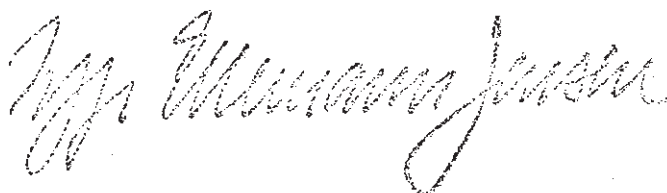
Medlemmerne af Folketingets  
markedsudvalg og deres stedfortrædere

1 bilag Kontor N.1

J.nr. 400.C.2-0

Dato 5. november 1991

./.  
Med henblik på mødet i Folketingets markedsudvalg den 8. november 1991 - dagsordenspunkt møde i Rådet og af sundhedsministre forsamlet i Rådet den 11. november 1991 - fremsendes vedlagt notat vedrørende ændret forslag til Rådets direktiv om indbyrdes tilnærmelse af medlemsstaternes love og administrative bestemmelser om reklame for tobaksvarer.



Sundhedsministeriet  
6.kt. j.nr. 1740-1-9/1991  
Den 5. november 1991  
ML/FAK2.n02

### Notat.

### Endret forslag til Rådets direktiv om indbyrdes tilnærmelse af medlemsstaternes love og administrative bestemmelser om reklame for tobaksvarer.

Kommissionen har med KOM (91) 111 endelig udgave - SYN 194 fremsat ændret forslag til Rådets direktiv om indbyrdes tilnærmelse af medlemsstaternes love og administrative bestemmelser om reklame for tobaksvarer.

Forslaget lægges frem til en orienterende drøftelse, idet der ikke foreligger udtalelse fra Parlamentet, og der derfor ikke skal nås fælles holdning.

### Indhold.

Forslaget bygger på artikel 100A og har til formål at fjerne de hindringer for varers og reklamemediers frie bevægelighed samt for den fri udveksling af tjenesteydelser, som udgøres af forskellige nationale regler for reklame for tobaksvarer.

Forslaget bygger samtidig på et højt beskyttelsesniveau for så vidt angår befolkningernes sundhed, jf. art. 100A, stk. 3.

Forslaget opererer med følgende definitioner (art. 1):

- Reklame: Enhver form for meddelelse, oral, trykt, i radio, fjernsyn eller biografier, som direkte eller indirekte har til formål at fremme anvendelsen af en tobaksvarer, eller som medfører, at anvendelsen af en tobaksvarer fremmes, herunder reklamer hvori man, uden at varen direkte nævnes, forsøger at omgå forbudet mod tobaksreklamer ved at anvende navne, mærker, symboler

eller andre karakteristiske tegn, der anvendes i forbindelse med tobaksvarer.

- Tobaksvarer: Varer, der er bestemt til at ryge, indsnuses, suttes eller tygges, hvis de - også kun delvist - er fremstillet af tobak.
- Tobaksudsalg: Salgssteder, hvor man er specialiseret i salg af tobaksvarer, og hvor der er et lukket indendørs lokale, hvor kunderne kan betjenes. Forretninger, hvor der sælges forskellige varer, er ikke omfattet af denne definition.

Forslagets formål søges indfriet ved at gennemføre et forbud mod alle former for reklame for tobaksvarer inden for Det Europæiske Fællesskab (art. 2, stk. 1). Dog kan medlemsstaterne tillade reklamer inde i tobaksudsalg, når reklamerne ikke er synlige udefra (art. 3).

For at imødegå nye former for indirekte reklame påser medlemsstaterne, at

- et mærke, der hovedsageligt er kendt fra en tobaksvarer, ikke anvendes i reklamer på andre områder, så længe det pågældende mærke anvendes i forbindelse med en tobaksvarer (art. 2, stk. 2),
- at nye tobaksvarer ikke lanceres ved hjælp af mærker, der er kendte, og som allerede anvendes i forbindelse med en ikke-tobaksvarer (art. 2, stk. 3).

Enhver form for gratis uddeling af tobaksvarer forbydes (art. 2, stk. 4).

Medlemsstaterne de nødvendige midler til kontrol af overholdelse af direktivets bestemmelser, således at relevante personer eller organisationer kan indbringer overtrædelser for domstolene eller administrativt organ med beføjelse til at træffe afgørelse eller foretage retsforfølgelse (art. 4).

Medlemsstaterne kan fastsætte mere vidtgående regler for tobaksreklamer (art. 5).

Medlemsstaterne implementerer direktivforslaget inden den 31.

juli 1992 med ikrafttræden den 1. januar 1993 (art. 6).

Høring.

Forslaget har været sendt i høring hos Industriministeriet, Forbrugerstyrelsen, Forbrugerrådet, Sundhedsstyrelsen, Levnedsmiddelstyrelsen, Industrirådet, Tobaksindustrien, Handelskammeret, Tobaksskaderådet, Kræftens Bekæmpelse og Hjerteforeningen.

Følgende støtter forslaget: Forbrugerrådet, Forbrugerstyrelsen, Sundhedsstyrelsen, Tobaksskaderådet, Kræftens Bekæmpelse og Hjerteforeningen. Imod forslaget er: Tobaksindustrien, Industrirådet og Industriministeriet.

Lovgivningsmæssige og statsfinansielle konsekvenser.

Forslaget vil kræve lovgivning og kan indebære statslige udgifter til kontrol af reklamebestemmelserne.

Den 5. november 1991.