

BELGISCHE SENAAT

BUITENGEWONE ZITTING 1999

2 SEPTEMBER 1999

Wetsvoorstel tot wijziging van artikel 7, § 2bis, van de wet van 24 januari 1977 betreffende de bescherming van de gezondheid van de gebruikers op het stuk van de voedingsmiddelen en andere producten

(Ingediend door de heer Philippe Monfils)

TOELICHTING

Dit wetsvoorstel wil onze wetgeving inzake reclame voor tabaksproducten afstemmen op richtlijn 98/43/EG van het Europees Parlement en de Raad van 6 juli 1998 betreffende de onderlinge aanpassing van de wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen van de lidstaten op het gebied van reclame en sponsoring voor tabaksproducten.

De Europese houding terzake is dat in de Gemeenschap elke vorm van reclame verboden wordt (dat wil zeggen «elke vorm van commerciële mededeling die het aanprijzen van een tabaksproduct tot doel dan wel rechtstreeks of onrechtstreeks tot gevolg heeft, met inbegrip van de reclame die, zonder het tabaksproduct rechtstreeks te noemen, het reclameverbod tracht te omzeilen door gebruik te maken van een naam, merk, symbool of enig ander onderscheidend teken van een tabaksproduct») alsook het sponsoren van tabaksproducten in de Gemeenschap, en dit in verschillende fasen, onder bepaalde voorwaarden en binnen bepaalde grenzen.

Indien ze dat noodzakelijk achten, kunnen de lidstaten natuurlijk strengere eisen opleggen voor de bescherming van de volksgezondheid.

SÉNAT DE BELGIQUE

SESSION EXTRAORDINAIRE DE 1999

2 SEPTEMBRE 1999

Proposition de loi modifiant l'article 7, § 2bis, de la loi du 24 janvier 1977 relative à la protection de la santé des consommateurs en ce qui concerne les denrées alimentaires et les autres produits

(Déposée par M. Philippe Monfils)

DÉVELOPPEMENTS

La présente proposition de loi vise à aligner notre législation en matière de publicité pour les produits du tabac sur la directive 98/43/CE du Parlement et du Conseil du 6 juillet 1998 concernant le rapprochement des dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres en matière de publicité et de parrainage des produits du tabac.

La position européenne en la matière prévoit l'interdiction de toute forme de publicité (c'est-à-dire «toute forme de communication commerciale qui a comme but ou comme effet direct ou indirect de promouvoir un produit du tabac, y compris la publicité qui, sans faire directement mention du produit du tabac, essaie de contourner l'interdiction de publicité en utilisant des noms, des marques, des symboles ou d'autres traits distinctifs de produits du tabac») ou de parrainage des produits du tabac dans la Communauté, en plusieurs phases, dans certaines conditions, et avec certaines limites.

Bien entendu des exigences plus strictes peuvent être introduites par les États membres s'ils les estiment nécessaires pour assurer la protection de la santé des personnes.

De lidstaten beschikken evenwel over ten hoogste drie jaar om de richtlijn in hun respectieve nationale wetgeving om te zetten. Na de omzettingstermijn van drie jaar kunnen de lidstaten de inwerkingtreding van de richtlijn nog een jaar langer uitstellen wat de reclame in de schrijvende pers betreft en twee jaar langer wat de sponsoring betreft.

In uitzonderlijke gevallen en om naar behoren gemotiveerde redenen kunnen de lidstaten evenwel gedurende een extra periode van drie jaar (die dus bovenop de genoemde periode van twee jaar voor sponsoring in het algemeen komt) toestemming blijven verlenen voor de bestaande sponsoring van op mondiaal niveau georganiseerde evenementen of activiteiten, op voorwaarde dat de aan die sponsoring bestede bedragen in de loop van de overgangperiode afnemen en dat vrijwillige beperkende maatregelen worden genomen om de zichtbaarheid van de reclame tijdens de desbetreffende evenementen te beperken. Dat betekent met andere woorden dat de Europese richtlijn een verbod instelt om reclame voor tabaksproducten te maken vanaf 1 juli 2001. Hier zijn drie uitzonderingen op: het verbod geldt vanaf 30 juli 2002 voor de schrijvende pers, 30 juli 2003 voor sponsoring en 1 oktober 2006 voor het sponsoren van mondiale evenementen.

België heeft terzake een veel strengere wetgeving aangenomen. Opdat onze economie hieronder niet te lijden krijgt in vergelijking met de andere lidstaten die niet geneigd zijn strengere regels uit te vaardigen vóór de in de richtlijn bepaalde data, wil dit wetsvoorstel onze wetgeving afstemmen op de Europese voorwaarden.

Dit schept de volgende mogelijkheden:

— de Belgische schrijvende pers kan zich met gelijke wapens verdedigen ten aanzien van de concurrentie door de Europese pers, die pas drie jaar later aan het verbod zou worden onderworpen, en beschikt over meer tijd om andere financieringsbronnen te vinden;

— degenen die sponsoring ontvangen, beschikken over voldoende tijd om andere sponsors of andere financieringsbronnen te vinden, dit om te voorkomen dat hun organisatie verdwijnt of in kwaliteit afneemt. Het kan zelfs gebeuren dat sponsoring door sigarettenfabrikanten verdwijnt, in het begin geleidelijk en vanaf 2001 en 2002 steeds duidelijker, aangezien de gesponsorde personen nu al op zoek zullen gaan naar alternatieven;

— men kan voorkomen dat alle wereldvermaarde evenementen zeer snel uit ons land wegtrekken en zich in buurlanden vestigen. Zodra het verbod op Europees vlak van kracht is geworden, zullen de organisatoren van mondiale evenementen zich in België

Les États membres disposent de trois ans au maximum pour transposer la directive dans leurs législations nationales respectives. Au delà du délai de transposition de trois ans, les États membres peuvent différer la mise en vigueur de la directive d'une année supplémentaire en ce qui concerne la publicité dans la presse écrite, et de deux ans en ce qui concerne le parrainage.

Toutefois, dans des cas exceptionnels, et pour des raisons dûment justifiées, les États membres peuvent continuer à autoriser le parrainage existant d'événements ou activités organisés au niveau mondial pour une période additionnelle de trois ans (qui s'ajoute donc aux deux années mentionnées pour le parrainage en général), à condition que les montants consacrés à ce type de parrainage soient en diminution pendant la période de transition et que des mesures de limitation volontaire soient mises en place afin de réduire la visibilité de la publicité lors des événements concernés. Cela signifie en d'autres termes que la directive européenne prévoit une interdiction de faire de la publicité pour les produits du tabac à partir du 1^{er} juillet 2001, et ce à trois exceptions: le 30 juillet 2002 pour la presse écrite, le 30 juillet 2003 pour le parrainage et le 1^{er} octobre 2006 pour le parrainage d'événements mondiaux.

Or, afin que l'économie de la Belgique, qui a adopté une législation beaucoup plus stricte en la matière, ne souffre pas par rapport aux autres États membres qui seraient tentés de ne pas adopter de législation plus sévère avant les dates prévues par la directive, la présente proposition de loi vise à aligner notre législation en tenant compte des caractéristiques européennes.

Ceci permettrait:

— pour la presse écrite belge, de pouvoir se défendre à armes égales vis-à-vis de la concurrence exercée par la presse européenne, qui ne serait soumise à l'interdiction que trois ans plus tard, et de pouvoir disposer d'un délai pour trouver d'autres sources de financement;

— pour les bénéficiaires du parrainage, de disposer d'une période de temps suffisante pour trouver d'autres sponsors ou d'autres sources de financement, ceci afin d'éviter que leur organisation soit disparaisse, soit diminue en qualité; d'ici 2003, on risque même de voir disparaître (progressivement au début et, de façon plus claire, à partir de 2001 et 2002) le parrainage des cigarettiers puisque c'est dès maintenant que les bénéficiaires vont chercher des alternatives;

— d'éviter de voir disparaître très rapidement de notre territoire tous les événements de renommée mondiale, par des délocalisations vers des pays voisins. Une fois que l'interdiction sera effective au niveau européen, alors les organisateurs d'événe-

met gelijke wapens kunnen verdedigen ten aanzien van de andere Europese organisatoren. Dat is uiterst belangrijk wanneer men ziet hoe moeilijk het is om dergelijke evenementen opnieuw te organiseren wanneer de toestemming daartoe geweigerd is geweest.

Daar een streng verbod dat alleen in België geldt, gevolgen heeft voor de economie en de werkgelegenheid in ons land, moet de tekst van de wet betreffende het verbod op tabaksreclame herzien worden voor de schrijvende pers en de sponsoring, dit om de overgang van tabaksreclame naar andere financieringsbronnen zacht te laten verlopen.

*
* *

WETSVOORSTEL

Artikel 1

Deze wet regelt een aangelegenheid als bedoeld in artikel 78 van de Grondwet.

Art. 2

Artikel 7, § 2bis, 2^o, van de wet van 24 januari 1977 betreffende de bescherming van de gezondheid van de gebruikers op het stuk van de voedingsmiddelen en andere producten, ingevoegd bij de wet van 10 december 1997 houdende verbod op de reclame voor tabakproducten, wordt vervangen als volgt:

«2^o Het in het 1^o bedoelde verbod is niet van toepassing op:

— reclame voor tabaksproducten in de pers tot 30 juli 2002;

— reclame voor tabaksproducten in het kader van sponsoring tot 30 juli 2003;

— in uitzonderlijke gevallen, reclame voor tabaksproducten in het kader van de bestaande sponsoring van op mondiaal niveau georganiseerde evenementen of activiteiten, tot 1 oktober 2006, op voorwaarde dat:

- de aan die sponsoring bestede bedragen in de loop van de overgangperiode afnemen;
- vrijwillige beperkende maatregelen worden genomen om de zichtbaarheid van de reclame tijdens de desbetreffende evenementen of activiteiten te beperken;

ments mondiaux, en Belgique, pourront se défendre à armes égales avec les autres organisateurs européens. Ceci est essentiel, lorsqu'on connaît la difficulté, lorsque l'organisation de tels événements a été refusée, d'en obtenir à nouveau l'organisation.

Vu les conséquences économiques et sur l'emploi d'une interdiction stricte applicable uniquement en Belgique, il paraît donc important de revoir le texte de la loi interdisant la publicité pour les produits du tabac pour la presse écrite et le parrainage, ceci afin que le passage de la publicité pour le tabac vers d'autres sources de financement se fasse en douceur.

Philippe MONFILS.

*
* *

PROPOSITION DE LOI

Article 1^{er}

La présente loi règle une matière visée à l'article 78 de la Constitution.

Art. 2

L'article 7, § 2bis, 2^o, de la loi du 24 janvier 1977 relative à la protection de la santé des consommateurs en ce qui concerne les denrées alimentaires et les autres produits, inséré par la loi du 10 décembre 1997, est remplacé par le texte suivant:

«2^o L'interdiction visée au 1^o ne s'applique pas:

— à la publicité pour les produits du tabac faite dans la presse jusqu'au 30 juillet 2002;

— à la publicité pour les produits du tabac faite dans le cadre du parrainage jusqu'au 30 juillet 2003;

— dans des cas exceptionnels, à la publicité pour les produits du tabac faite dans le cadre du parrainage existant d'événements ou activités organisés au niveau mondial jusqu'au 1^{er} octobre 2006, à condition que:

- les montants consacrés à ce parrainage soient en diminution pendant la période de transition;
- des mesures de limitation volontaire soient mises en place afin de réduire la visibilité de la publicité lors des événements ou activités concernés;

— het aanbrengen van het merk van een tabaksproduct op affiches in en aan de voorgevel van tabakswinkels en van krantenwinkels die tabaksproducten verkopen.»

— à l’affichage de la marque d’un produit du tabac à l’intérieur et sur la devanture de magasins de tabac et de magasins de journaux qui vendent les produits de tabac.»

Philippe MONFILS.