

UDENRIGSMINISTERIET

Markedsudvalg

alm. del

- - - bil. 2 7 9

Tobaksreklame

ASIATISK PLADS 2
1448 KØBENHAVN K
TELEFON: 45 33 82 00 00
GIROKONTO 3 00 18 08
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 29. november 1991

./.
Under henvisning til drøftelserne på mødet i Folke-
tingets markedsudvalg den 8. november 1991 fremsendes
vedlagt notat vedrørende aftale mellem tobaksindu-
strien og Sundhedsministeriet om markedsføring af
tobaksvarer.

Ejz. Mennemann Jensen

**AFTALE MELLEM TOBAKSINDUSTRIEN OG SUNDHEDSMINISTERIET
OM MARKEDSFØRING AF TOBAKSVARER**

AFSNIT 1. OMRÅDE

§ 1. Denne aftale omfatter alle tobaksvarer, der er fremstillet eller importeret af Tobaksindustriens medlemsvirksomheder til salg i Danmark.

AFSNIT 2. DEFINITIONER

§ 2. Ved "tobaksvarer" forstås: Varer, som helt eller delvis består af tobak, samt cigaretpapir og cigarethylstre.

Stk. 2. Ved "markedsføring" forstås: Alle former for reklamevirksomhed, public-relation-arbejde og lignende oplysningsvirksomhed i det øjemed at afsætte produktet, herunder også sponsorering.

AFSNIT 3. ADVARSELSMÆRKNING M.V. I ANNONCER

§ 3. Tobaksindustrien forpligter sig til at forsyne samtlige forbrugerorienterede annoncer, jfr. § 4, stk. 2, med følgende tekst:

"Advarsel: Sundhedsstyrelsen påpeger, at tobaksrygning er sundhedsskadelig"

Stk. 2. Tobaksindustrien forpligter sig yderligere til at forsyne samtlige forbrugerrettede cigaretannoncer med følgende tekst:

"Kondensat (tjære) ca. x mg
Nikotin ca. y mg"

Stk. 3. De i stk. 1 og 2 nævnte tekster skal hver udgøre mindst 10 % af annoncens samlede areal og skal iøvrigt fremstå klart og tydeligt.

AFSNIT 4. MARKEDSFØRINGENS FORM OG INDHOLD

§ 4. Forbrugerorienteret markedsføring af en tobaks-vare ved hjælp af skilte, plakater, brochurer, lysreklamer, attrapper, diskudstillinger, gulvudstillinger, pengebakker, askebægre, tændstikker, lightere og lommebeskyttere må kun finde sted:

- a) I og på tobaksudsalgssteder, der enten ikke har servering eller har serveringssted og udsalgssted adskilt.
- b) I marketederier, der er berettiget til at drive sådan virksomhed, jfr. lov om restaurations- og hotelvirksomhed.
- c) På leveringsvogne, når disse anvendes til normal varetransport.

Stk. 2. Forbrugerorienteret markedsføring af en tobaksvare ved annoncering må kun finde sted i:

- a) Dagblade, herunder søndags- eller week-endudgaver og tillæg samt distriksblade, dog ikke i den del (avissider), som særligt indeholder stof vedrørende sporten eller ungdommen. Annoncestørrelsen må ikke overstige 2000 spalte mm.
- b) Periodiske tidsskrifter og blade med følgende undtagelser:
 - 1) adresseløse forsendelser,
 - 2) publikationer, der væsentligst indeholder underholdningsstof eller andet stof af særlig interesse for ungdommen, herunder sports- og idrætstidsskrifter samt
 - 3) publikationer, som særligt henvender sig til børn og unge.

Annoncestørrelsen må ikke overstige 2000 spalte mm og ikke være større end en hel side ialt.

§ 5. Bestemmelserne om advarselsmærkning i § 3, stk. 1, jfr. stk. 3, gælder tilsvarende for annoncesponsorering og for anden form for annoncering af sponsorvirksomhed med angivelse af firmanavn, hvori navnet på et tobaksmærke indgår, eller hvor der anvendes logo eller lignende, jfr. § 10. Dog kan advarselsmærkning udelades, hvis det samlede areal af annonceringen af sponsorvirksomheden ikke overstiger 7,5 cm².

§ 6. Annoncering må finde sted i fagblade og prisli-
ster til engros- og detailhandelen.

§ 7. Uddeling af gratis vareprøver (sampling) er
tilladt for cigar- og pibetobak.

§ 8. Markedsføring af en tobaksvare efter §§ 4 og 6 må
ikke

- a) anvende gengivelse af børn, unge eller andre personer, der giver indtryk af at være under 30 år,
- b) anvende eller gengive personer, virkelige eller fiktive, der gennem deres præstationer eller erhverv inden for underholdningsbranchen, den musiske eller bildende kunst, det politiske liv, sport, idræt, ungdomsledelse o.lign. fremstår som idoler for ungdommen,
- c) anvende eller gengive personer, der er eller fremtræder som læger, tandlæger, sygeplejersker, jordemødre eller som tilhører andre personalekategorier inden for sundhedsvæsenet,
- d) anvende eller gengive personer, der fremtræder som navngivne,
- e) fremtræde som særligt henvendt til de unge aldersgrupper eller på anden måde tilsigte fortrinsvis at tiltrække opmærksomheden hos disse aldersgrupper,
- f) illustrere eller omtale nogen forbindelse mellem tobaksrygning og succes i idræt eller lignende fysisk præstation i øvrigt,
- g) vise deltagere i eller tilskuere til aktiv sportsudøvelse,

- h) foregive, at tobak har terapeutiske egenskaber, virker stimulerende eller beroligende eller kan bruges til at løse personlige konflikter med,
- i) fremstille afholdenhed eller ønsket om at holde op med at ryge eller nedsætte forbruget af tobaksvarer i et negativt lys,
- j) illustrere eller omtale, at rygning er sundt eller uden risiko eller
- k) i sprog eller billedvalg virke påtrængende eller provokerende.

§ 9. Ved markedsføring under samme navn som en tobaks-
vare af tjenesteydelser og andre varer end tobaksvarer må der
ikke ved tekst, logo eller andet kendetegn, slogan eller
billede søges en omgåelse af de i denne aftale fastsatte
bestemmelser.

§ 10. Bestemmelserne om markedsføring i denne aftale
må ikke søges omgået ved i stedet for at nævne en tobaksvares
navn at anvende et mærke, emblem, symbol, logo eller andet
kendetegn, der hovedsagelig anvendes i forbindelse med denne
tobaksvare.

§ 11. Ejere eller brugere af et varemærke for tobaks-
produkter må ikke

- a) overdrage brugsretten til andre til anvendelse i strid med
bestemmelserne i § 9 eller
- b) tillade eller tolerere, at andre anvender varemærket eller
dominerende elementer heri i strid med bestemmelserne i § 9.

AFSNIT 5. GENNEMFØRELSE OG OVERVÅGNING

§ 12. Tobaksindustrien forpligter sine medlemmer til at
overholde denne aftale.

Stk. 2. Bliver Tobaksindustrien bekendt med, at en af
Tobaksindustriens medlemsvirksomheders grossister eller
forhandlere markedsfører tobaksvarer i strid med denne af-
tales bestemmelser, skal Tobaksindustrien straks ved forhand-
ling med grossisten eller forhandleren søge markedsføringen