

Agter Kommissionen at foreslå ændringer i den gældende bestemmelser for at løse problemerne?

Kan Kommissionen forestille sig en generel undtagelse for traditionelle køkkenurter eller frøsorter med lav omsætning?

(98/C 323/114)

SKRIFTLIG FORESPØRGSEL E-0878/98

af Per Gahrton (V) til Kommissionen

(26. marts 1998)

Om: Frø til private haveejere i Sverige

Efter Sveriges tiltrædelse af Fællesskabet har de svenske myndigheder (Statens Utsädeskontroll) under henvisning til EU-bestemmelserne i en skriftlig henvendelse til de svenske frøforhandlere truet med, at de vil blive anklaget, med mindre de standser salget af frø, som ifølge myndighederne er forbudte efter gældende EU-bestemmelser, herunder radiser af sorten Easter Egg, squash af sorten Buttercup, tomater af sorten Early Cascade fl og morgenfruer af sorten Feurio.

Finder Kommissionen det rimeligt, at EU skal afgøre, hvilke frøsorter haveejere i Sverige må anvende? Er det i overensstemmelse med nærhedsprincippet? Mener Kommissionen, at de svenske myndigheder anvender EU-reglerne korrekt? Agter Kommissionen at foreslå en ændring af reglerne, således at Sverige kan tillade markedsføring af frøsorter, som egner sig til det svenske klima og landets biologiske og økologiske forhold?

**Samlet svar
afgivet på Kommissionens vegne af Franz Fischler
på skriftlige forespørgsler E-0851/98 og E-0878/98**

(5. juni 1998)

Det ærede medlem henvises til Kommissionens svar på mundtlig forespørgsel nr. H-246/98 fremsat af Hans Lindqvist i spørgetiden under Parlamentets møde den marts 1998 ⁽¹⁾.

⁽¹⁾ Forhandlinger i Parlamentet (marts 1998).

(98/C 323/115)

SKRIFTLIG FORESPØRGSEL E-0856/98

af Ursula Schleicher (PPE) til Rådet

(31. marts 1998)

Om: Virkninger af forbuddet mod tobaksreklame

Det relevante direktiv forbyder udtrykkeligt — med forbehold af særbestemmelser i medlemsstaterne — anvendelse af tobak-mærkevarenavne til andre produkter.

1. Omfatter dette forbud kun reklame for ikke-tobaksprodukter med dette navn eller selve anvendelsen af navnet?
2. Særbestemmelser i medlemsstaterne er kun mulige, hvis tobak-mærkevarenavnet allerede tidligere »i god tro« er blevet anvendt til andre produkter. Hvad skal denne »gode tro« være baseret på?
3. Undlader en medlemsstat at gøre brug af muligheden for at gennemføre særbestemmelser, er den videre anvendelse af et navn, der hidtil har været anvendt legalt til et ikke-tobaksprodukt, men som samtidig er et tobak-mærkevarenavn, da forbudt? (Eksempel: må kurstedet St. Moritz ikke længere under sit eget navn reklamere for sine varer og tjenesteydelser, selv om det ikke har noget som helst at gøre med cigaretmærket af samme navn?)
4. I hvert fald må et sådant »samme navn« for ikke-tobaksproduktet kun anvendes på en måde, »der tydeligt adskiller det« fra tobaksreklamen. Betyder det, at varemærket som sådan for ikke-tobaksproduktet må ændres? Hvordan sikres det, at medlemsstaternes forskellige håndhævelse af denne forskrift ikke fører til nye handelshindringer?