



COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES

Bruxelles, le 17.06.2002
COM(2002) 303 final

Proposition de

RECOMMANDATION DU CONSEIL

**relative à la prévention du tabagisme et à des initiatives visant à renforcer la lutte
antitabac**

(présentée par la Commission)

EXPOSÉ DES MOTIFS

INTRODUCTION

1. La prévalence du tabagisme constitue un grave problème de santé publique en Europe, compte tenu des liens qui existent, dans un nombre de cas non négligeable, entre, d'une part, la consommation de tabac et, d'autre part, le cancer, les maladies cardio-vasculaires et les maladies respiratoires. Le nombre de fumeurs au sein de la population globale est élevé, puisqu'il représente près d'un tiers des citoyens de l'Union. Les conséquences du tabagisme sont tout aussi importantes, les décès liés au tabac se chiffrant à près de 500 000 par an pour l'ensemble de la Communauté. La consommation de tabac a également des effets avérés sur la santé des non-fumeurs, en particulier sur les groupes les plus vulnérables.
2. La Communauté européenne s'intéresse aux questions liées à la lutte antitabac depuis la fin des années 1980. Lancé en 1987, le programme "L'Europe contre le cancer" a focalisé un grand nombre de mesures visant à réduire la consommation de tabac. Les plans d'action successifs de ce programme ont notamment permis de soutenir des projets relatifs à la prévention du tabagisme à l'échelle européenne et de créer des réseaux transeuropéens en matière de prévention du tabagisme.
3. Deux mesures législatives importantes ont été adoptées en 1989. Tout d'abord, la directive "télévision sans frontières"¹, qui interdit toute forme de publicité télévisée pour les produits du tabac. Cette directive prévoit également qu'aucune émission télévisée ne peut être parrainée par des personnes physiques ou morales dont l'activité principale consiste à fabriquer ou à vendre des produits du tabac. Ensuite, les premières dispositions communautaires relatives à l'inscription, sur les produits du tabac, d'un avertissement relatif au risque pour la santé, ont également été instaurées en 1989, dans le cadre d'une directive² visant à harmoniser certaines dispositions au sein du marché intérieur, en prenant pour base un niveau élevé de protection de la santé publique.
4. Un nouveau pas a été franchi en 1990, avec l'adoption d'une directive³ fixant la teneur maximale en goudron des cigarettes dans la Communauté européenne. En 1992, les dispositions en matière d'étiquetage des produits du tabac ont été mises à jour⁴, dans le but de rendre obligatoire l'apposition d'avertissements spécifiques additionnels sur les unités de conditionnement des produits de tabac autres que les cigarettes. Par la même occasion, la commercialisation au sein de la Communauté de certains produits du tabac à usage oral a été interdite. Toutes ces mesures ont été consolidées par la suite dans la nouvelle directive sur les produits du tabac, qui a été adoptée en juin 2001⁵.
5. S'agissant de la protection des non-fumeurs contre la fumée de tabac ambiante, la résolution du Conseil et des ministres de la santé des États membres du 18 juillet

¹ Directive 89/552/CEE

² Directive 89/622/CEE

³ Directive 90/239/CEE

⁴ Directive 92/41/CEE

⁵ Directive 2001/37/CE

1989 concernant l'interdiction de fumer dans les lieux accueillant du public⁶, a fourni aux États membres des recommandations au sujet de la protection des non-fumeurs⁷. Un rapport de la Commission⁸ a été publié en 1996, afin d'évaluer les suites données par les États membres à cette résolution. Ce rapport a mis en évidence la détermination des États membres à mettre en œuvre cette résolution, mais a fait ressortir une grande disparité des mesures pratiques adoptées. La présente recommandation souligne la nécessité d'une protection contre la fumée de tabac ambiante, notamment pour les groupes les plus vulnérables, tels que les enfants, les femmes enceintes et les personnes atteintes de maladies respiratoires.

ÉVOLUTION RÉCENTE DE LA POLITIQUE DE LUTTE ANTITABAC

6. Le Haut comité d'experts cancérologues de la Commission a adopté des recommandations concernant des initiatives de lutte contre la consommation de tabac, lors d'une réunion tenue en 1996⁹. La résolution du Conseil du 26 novembre 1996 concernant la réduction du tabagisme dans la Communauté européenne¹⁰ passe en revue les mesures prises dans ce domaine et fournit des lignes directrices pour des actions futures.
7. Dans sa communication sur la prévention du tabagisme de décembre 1996¹¹, la Commission propose une série de mesures visant à améliorer la prévention du tabagisme dans toute la Communauté. La Commission propose une série de mesures possibles ayant trait à la prévention et à la législation en matière de prévention, qui sont axées la prévention du tabagisme dans le contexte de la santé publique, mais qui s'inscrivent aussi dans le cadre de l'ensemble des politiques et activités communautaires. Parallèlement, le comité consultatif pour la prévention du cancer a été créé en 1996¹², en vue de fournir des orientations à la Commission pour la mise en œuvre de ses mesures antitabac.
8. Suite aux commentaires formulés par le Parlement européen et le Conseil, la Commission a présenté, en octobre 1999, un rapport¹³ sur les suites données à la

⁶ JO C 189 du 26.7.1989, p. 1.

⁷ En ce qui concerne la protection contre la fumée de tabac ambiante sur les lieux de travail, deux autres directives s'appliquent. La première est une directive du Conseil de 1989 relative aux prescriptions minimales de sécurité et de santé pour les lieux de travail, qui oblige les employeurs à protéger les travailleurs du tabagisme passif dans les locaux de repos à l'usage des ces derniers. La seconde est une directive du Conseil de 1992 concernant la mise en œuvre de mesures visant à promouvoir l'amélioration de la sécurité et de la santé des travailleuses enceintes, accouchées ou allaitantes au travail; se reporter à la directive 89/654/CEE du Conseil du 30 novembre 1989 concernant les prescriptions minimales de sécurité et de santé pour les lieux de travail, JO L 393 du 30.12.1989, p.1, et à la directive 92/85/CEE du Conseil du 19 octobre 1992 concernant la mise en œuvre de mesures visant à promouvoir l'amélioration de la sécurité et de la santé des travailleuses enceintes, accouchées ou allaitantes au travail, JO L 348 du 28.11.1992, p. 1.

⁸ Rapport de la Commission au Conseil, au Parlement européen, au Comité économique et social et au Comité des Régions sur les suites données à la résolution du Conseil et des ministres de la santé des États membres réunis au sein du Conseil, concernant l'interdiction de fumer dans les lieux accueillant du public. Document COM (96) 573 final.

⁹ Document COM (96) 609 final - annexe

¹⁰ JO C 374 du 11.12.1996, p. 4.

¹¹ Document COM (96) 609 final

¹² Décision 96/469/CE de la Commission

¹³ Document COM (99) 407 final

communication de 1996. Ce rapport contient une analyse des politiques et des pratiques des États membres en ce qui concerne une série de mesures de lutte contre la consommation de tabac. Certaines de ces mesures sont examinées dans la présente proposition de recommandation du Conseil.

9. Les conclusions du Conseil du 18 novembre 1999 sur la lutte contre la consommation de tabac¹⁴ insistent sur la nécessité d'élaborer une stratégie globale et invitent la Commission à coopérer à cette tâche. Un certain nombre de mesures proposées dans ces conclusions sont abordées dans la présente proposition, notamment certaines des initiatives visant à protéger les mineurs (y compris des dispositions relatives aux conditions de vente, à la vente par voie électronique et aux distributeurs automatiques).
10. Comme indiqué plus haut, le Parlement européen et le Conseil ont adopté, le 5 juin 2001, une directive qui consolide les directives communautaires existantes en matière de réglementation relative au tabac et introduit plusieurs nouveaux éléments, notamment en ce qui concerne les additifs présents dans les produits du tabac et les désignations trompeuses¹⁵. De plus, la Commission a adopté, le 14 mai 2001, une proposition de directive concernant la publicité et le parrainage en faveur des produits du tabac¹⁶, qui est actuellement examinée par le Parlement européen et le Conseil dans le cadre de la procédure de codécision. Ces deux textes visent à créer de meilleures conditions pour la mise en place et le fonctionnement du marché intérieur et à supprimer les obstacles au bon fonctionnement de celui-ci, en prenant pour base un niveau élevé de protection de la santé publique.
11. La présente proposition de recommandation du Conseil, présentée par la Commission, traite d'autres aspects de la lutte antitabac qui s'inscrivent dans le cadre de l'amélioration de la santé publique et de la prévention des maladies et des affections humaines et des causes de danger pour la santé humaine. Elle tient également compte des négociations en vue de l'instauration d'une convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac et de la nécessité de garantir la cohérence avec d'autres actes finalisés ou à l'état de proposition.
12. La directive 98/43/CE du Parlement européen 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 en faveur des produits du tabac¹⁷ a été annulée par l'arrêt de la Cour de justice des Communautés européennes dans l'affaire C-376/98¹⁸. La nouvelle proposition de directive adoptée par la Commission le 14 mai 2001 (voir paragraphe 10 ci-dessus) est destinée à remplacer la directive qui a été annulée. Elle a toutefois un champ d'application plus restreint, puisqu'elle ne couvre pas certaines mesures de lutte contre la consommation de tabac incluses dans la directive qui a été annulée, notamment certaines formes de publicité et de parrainage, dont l'harmonisation ne

¹⁴ JO C 86 du 24.3.2000, p. 4.

¹⁵ Directive 2001/37/CE du Parlement européen et du Conseil du 5 juin 2001.

¹⁶ Document COM (2001) 283 final

¹⁷ Directive 98/43/CE du Parlement européen 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 en faveur des produits du tabac, JO L 213 du 30.7.1998, p. 9.

¹⁸ Cour de justice des Communautés européennes, arrêt du 5 octobre 2000, affaire C-376/98, République fédérale d'Allemagne contre Parlement européen et Conseil de l'Union européenne.

peut, à ce jour, être justifiée par les règles du marché intérieur, au vu de l'arrêt rendu par la CJCE. Étant donné que ces formes de publicité n'en occupent pas moins une place importante dans la promotion du tabac, d'autant qu'elles s'adressent aux jeunes, les mesures relatives à ce type de publicité, de parrainage et de pratiques promotionnelles ont été intégrées dans la présente proposition de recommandation du Conseil.

13. La présente proposition de recommandation contient un autre élément qui complète les mesures prévues dans la proposition de directive de la Commission concernant la publicité et le parrainage en faveur des produits du tabac. La Commission suggère en effet de recommander aux États membres d'évaluer les dépenses engagées par l'industrie du tabac pour promouvoir ses produits, afin de renforcer le contrôle du respect des restrictions en matière de publicité et, le cas échéant, du contournement de ces restrictions. Comme indiqué plus haut, il a été nécessaire de restreindre le champ d'application de la proposition de directive sur la publicité pour le tabac à certains types de publicité ayant des répercussions transnationales. Un rapport¹⁹ de la Banque mondiale publié en 1999 conclut que la publicité contribue à augmenter la consommation de cigarettes et que des dispositions législatives interdisant la publicité permettraient de réduire la consommation, mais à condition que cette interdiction soit totale, c'est-à-dire qu'elle couvre tous les médias et toutes les utilisations de marques et de logos. Une telle diminution de la consommation de cigarettes aurait des effets bénéfiques sur la santé publique à long et à court terme. Pour pouvoir évaluer les répercussions sur la santé publique des législations nationales et communautaires en matière de publicité pour le tabac et de toute restriction volontaire en la matière, il importe de contrôler jusqu'à quel point les efforts de l'industrie du tabac en matière de publicité sont redéployés dans d'autres formes de publicité, dans le parrainage et dans d'autres activités promotionnelles similaires. Ces informations sont en effet nécessaires pour la future planification des activités de lutte antitabac par les autorités nationales et la Communauté européenne, afin d'améliorer en définitive la protection de la santé des citoyens européens.
14. Il convient de mentionner plus spécialement le problème de l'accès des enfants et des adolescents aux produits du tabac. Cette question recouvre la soumission de la vente à des conditions d'âge, ainsi que la vente au moyen de distributeurs automatiques, la vente en libre-service et la vente à distance (comme par exemple la vente par Internet, qui devrait être réservée aux sites protégés par des dispositifs d'identification des adultes reposant sur des mécanismes efficaces d'identification de l'âge des acheteurs), ainsi que la vente de cigarettes en paquets de moins de vingt unités (afin d'empêcher une diminution du prix des paquets, ce qui faciliterait l'accès des enfants et des adolescents aux cigarettes).
15. La présente proposition envisage une série de mesures visant à restreindre l'accès des enfants et des adolescents aux produits du tabac. Elle recommande de limiter la vente à distance de tabac, par exemple la vente par Internet, aux sites protégés par des dispositifs d'identification des adultes. Il est également recommandé que l'accès des enfants et des adolescents aux distributeurs automatiques ou aux produits du tabac qui sont vendus dans ces distributeurs, soit réglementé par des moyens efficaces (placement des distributeurs uniquement dans des endroits accessibles aux personnes

¹⁹ Banque mondiale, "Maîtriser l'épidémie: l'État et les aspects économiques de la lutte contre le tabagisme", 1999, Washington DC.

en âge d'acheter des produits du tabac selon les dispositions nationales en vigueur ou autres restrictions d'accès ayant le même effet, par exemple l'utilisation d'un dispositif d'identification des adultes conditionnant la fourniture des produits du tabac par le distributeur). Enfin, il est recommandé que les distributeurs automatiques ne soient pas utilisés comme des espaces publicitaires, étant donné qu'ils sont exposés indistinctement à la vue des consommateurs et des non-consommateurs.

16. Les mesures présentées dans la présente proposition de recommandation sont entièrement conformes aux négociations visant à établir une convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac (CCLAT)²⁰. En effet, parmi les composantes de la future CCLAT qui ont été proposées et qui sont actuellement examinées figurent des dispositions visant à interdire totalement toute forme de publicité directe ou indirecte, à limiter l'accès des mineurs aux distributeurs automatiques de produits du tabac, à interdire la vente de cigarettes à l'unité ou dans des paquets de moins de vingt unités et à obliger les fabricants de tabac à déclarer leurs dépenses à des fins publicitaires.

²⁰

Adresse Internet: www.who.int/gb/fctc/

Proposition de

RECOMMANDATION DU CONSEIL

relative à la prévention du tabagisme et à des initiatives visant à renforcer la lutte antitabac

LE CONSEIL DE L'UNION EUROPÉENNE,

vu le traité instituant la Communauté européenne, et notamment son article 152, paragraphe 4, deuxième alinéa,

vu la proposition de la Commission¹,

considérant ce qui suit :

- (1) L'article 152 du traité dispose que l'action de la Communauté, qui complète les politiques nationales, porte sur l'amélioration de la santé publique et la prévention des maladies et des affections humaines et des causes de danger pour la santé humaine.
- (2) La résolution du Conseil et des ministres de la santé des États membres réunis au sein du Conseil du 18 juillet 1989 concernant l'interdiction de fumer dans les lieux accueillant du public² a fourni des recommandations aux États membres au sujet de la protection des non-fumeurs contre la fumée de tabac ambiante. Compte tenu du rapport de la Commission sur les suites données par les États membres à cette initiative³, la présente recommandation vise à renforcer cette protection et à identifier les groupes particulièrement vulnérables.
- (3) La résolution du Conseil du 26 novembre 1996 concernant la réduction du tabagisme dans la Communauté européenne⁴ reconnaît la nécessité d'élaborer une stratégie efficace de lutte contre la consommation de tabac, dont certaines composantes figurent dans la présente recommandation.
- (4) Les conclusions du Conseil⁵ du 18 novembre 1999 sur la lutte contre la consommation de tabac ont souligné la nécessité d'élaborer une stratégie globale comportant certaines mesures visant à protéger les mineurs (dispositions relatives aux conditions de vente, à la vente par voie électronique et aux distributeurs automatiques) qui figurent dans la présente recommandation.

¹ JO C

² JO C 189 du 26.7.1989, p. 1.

³ Rapport de la Commission au Conseil, au Parlement européen, au Comité économique et social et au Comité des régions sur les suites données à la résolution du Conseil et des ministres de la santé des États membres réunis au sein du Conseil, concernant l'interdiction de fumer dans les lieux accueillant du public. Document COM (96) 573 final.

⁴ JO C 374 du 11.12.1996, p. 4.

⁵ JO C 86 du 24.3.2000, p. 4.

- (5) Étant donné que les décès liés au tabagisme se chiffrent à 500 000 par an dans la Communauté européenne, et que l'augmentation du nombre d'enfants et d'adolescents qui se mettent à fumer est préoccupante, il convient de mettre en œuvre les mesures recommandées. La consommation de tabac nuit à la santé humaine, puisque les fumeurs développent une dépendance à la nicotine et contractent des maladies mortelles et invalidantes telles que le cancer du poumon ou d'autres organes, des maladies cardiaques ischémiques ou d'autres maladies cardio-vasculaires, et des maladies respiratoires, telles que l'emphysème.
- (6) La prévention du tabagisme et la lutte contre la consommation de tabac constituent déjà des objectifs prioritaires des politiques des États membres et de la Communauté européenne en matière de santé publique. Il n'en reste pas moins que le tabagisme demeure, dans l'Union européenne, la plus grande cause de mortalité évitable, et que les progrès enregistrés sur la voie de la réduction de la consommation de tabac et de l'incidence du tabagisme restent décevants. De plus, l'industrie du tabac favorise la consommation de tabac à travers ses stratégies de publicité, de marketing et de promotion, contribuant ainsi à augmenter les taux de mortalité et de morbidité imputables à l'usage de produits du tabac, qui sont déjà élevés en soi. Certaines stratégies évoquées ci-dessus semblent s'adresser aux jeunes en âge de scolarité, afin de remplacer le grand nombre de fumeurs qui meurent chaque année. En effet, il a été démontré que 60 % des fumeurs commencent à fumer avant l'âge de 13 ans et 90 % avant l'âge de 18 ans.
- (7) À travers son programme " L'Europe contre le cancer"⁶, la Communauté européenne s'est fixé comme objectif de contribuer à l'amélioration de la santé des citoyens en réduisant le nombre de cancers et d'autres maladies liées au tabagisme.
- (8) La directive 2001/37/CE du Parlement européen et du Conseil du 5 juin 2001 concernant la fabrication, la présentation et la vente des produits du tabac⁷ et la proposition de directive concernant la publicité et le parrainage en faveur des produits du tabac⁸ concernent la lutte contre la consommation de tabac dans le cadre de l'achèvement et de la consolidation du marché intérieur et de la suppression des obstacles au bon fonctionnement de ce dernier, en prenant comme base un niveau élevé de protection de la santé publique.
- (9) Certaines mesures qui se doivent de figurer dans une politique antitabac intégrale, telles que l'interdiction de la publicité par voie de panneaux et d'affiches, ou de la publicité dans les cinémas, ne peuvent faire, à ce jour, l'objet d'une harmonisation fondée sur les dispositions communautaires relatives au marché intérieur. Une telle harmonisation pourront toutefois devenir possible si des entraves à la libre circulation des biens ou à la libre prestation de services, ou encore des distorsions de concurrence se produisaient.

⁶ Décision n° 646/96/CE du Parlement européen et du Conseil du 29 mars 1996 adoptant un plan d'action de lutte contre le cancer dans le cadre de l'action dans le domaine de la santé publique (1996-2000), JO L 95 du 16.4.1996, p. 9.

⁷ Directive 2001/37/CE du Parlement européen et du Conseil du 5 juin 2001 relative au rapprochement des dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres en matière de fabrication, de présentation et de vente des produits du tabac, JO L 194 du 18.7.2001, p. 26.

⁸ Proposition de directive du Parlement européen et du Conseil concernant le rapprochement des dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres en matière de publicité et de parrainage en faveur des produits du tabac, COM (2001) 283 final, JO C 270 du 25.9.2001, p. 97.

- (10) Au vu de l'ensemble des faits évoqués plus haut, il est nécessaire d'adopter une stratégie antitabac intégrale, afin de diminuer l'incidence des maladies induites par le tabagisme dans la Communauté.
- (11) Dans le cadre d'une politique antitabac intégrale, l'adoption de mesures visant spécialement à réduire la demande de produits du tabac chez les enfants et les adolescents constitue un élément essentiel. Il peut s'agir de mesures visant à réduire l'offre de tabac à l'égard des enfants et des adolescents ou de mesures visant à réduire l'exposition des enfants et des adolescents à certaines stratégies de publicité, de marketing et de promotion en faveur des produits du tabac, compte tenu du fait que ces stratégies touchent indistinctement les jeunes et les autres catégories d'âge.
- (12) Certaines formes de vente et de distribution des produits du tabac favorisent l'accès des enfants et des adolescents à ces produits, c'est pourquoi elles devraient faire l'objet d'une réglementation de la part des États membres.
- (13) Étant donné que les distributeurs automatiques sont exposés à la vue des consommateurs mais aussi des non-consommateurs, ils ne devraient pas constituer un support pour la publicité ou être utilisés à des fins de promotion des produits du tabac.
- (14) Deux autres mesures communautaires importantes abordent la publicité et le parrainage en faveur des produits du tabac. Tout d'abord, la directive "télévision sans frontières" de 1989⁹, qui interdit toute forme de publicité télévisuelle pour des produits du tabac et dispose que les émissions télévisées ne peuvent être parrainées par des personnes physiques ou morales dont l'activité principale consiste à fabriquer ou à vendre des produits du tabac. Ensuite, la proposition de directive en matière de publicité et de parrainage en faveur des produits du tabac¹⁰, actuellement à l'examen, interdit la publicité pour le tabac dans les journaux et les autres publications, à la radio et à travers les services de la société de l'information. Cette proposition prévoit également d'interdire le parrainage, par les entreprises de l'industrie du tabac, d'émissions de radio et d'événements impliquant ou se déroulant dans plusieurs États membres ou d'autres événements ayant des répercussions transfrontalières.
- (15) La présente recommandation couvre également d'autres formes de pratiques de publicité, de marketing et de promotion qui sont mises en œuvre par l'industrie pour promouvoir la consommation de tabac et qui peuvent toucher aussi bien les enfants et les adolescents que tous les autres publics. Parmi ces pratiques figurent l'utilisation de marques de tabac sur des biens ou des services autres que ceux de l'industrie du tabac (extension de marque) et /ou sur des vêtements (marchandisage), la distribution d'objets promotionnels (tels que les cendriers, les briquets, les parasols et d'autres objets à usage courant) et d'échantillons de tabac, l'utilisation de panneaux et/ou d'affiches pour la publicité "d'extérieur" ou "fixe", la publicité pour le tabac dans les cinémas, ainsi que toute autre forme de publicité ou de parrainage et toute pratique

⁹ Directive 89/552/CEE du Conseil du 3 octobre 1989 visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives à l'exercice d'activités de radiodiffusion télévisuelle, JO L 298 du 17.10.1989, p. 23.

¹⁰ Proposition de directive du Parlement européen et du Conseil concernant le rapprochement des dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres en matière de publicité et de parrainage en faveur des produits du tabac (présentée par la Commission conformément à l'article 47, paragraphe 2, et aux articles 55 et 95 du Traité instituant la Communauté européenne), COM (2001) 283 final, JO C 270 du 25.9.2001, p. 97.

directement ou indirectement destinée à promouvoir les produits du tabac. En FAIT, ces activités, qui visent à promouvoir les produits du tabac en contournant les dispositions interdisant la publicité directe pour le tabac, déjà applicables à certains médias, devraient faire l'objet d'une réglementation spécifique de la part des autorités des États membres.

- (16) L'organisation mondiale de la santé¹¹ et la Banque mondiale¹² recommandent que les États proscrivent toute forme de publicité et de promotion en faveur du tabac. Dans le cas où seules certaines formes de publicité directe en faveur du tabac sont interdites, l'industrie du tabac transfère souvent ses dépenses publicitaires vers d'autres stratégies de marketing, de parrainage et de promotion, et utilise des méthodes originales et indirectes pour promouvoir les produits du tabac, en particulier auprès des jeunes, ce qui peut contribuer à limiter l'impact des interdictions partielles de la publicité visant à promouvoir la consommation de tabac. De plus, la Banque mondiale a conclu, d'une part, que la publicité contribue à augmenter la consommation de cigarettes et, d'autre part, que des dispositions législatives interdisant la publicité contribueraient à réduire la consommation, à condition que cette interdiction soit totale, autrement dit, qu'elle couvre tous les médias et toutes les utilisations de marques et de logos¹³. Une telle diminution de la consommation de cigarettes aurait immédiatement des retombées positives sur la santé publique, tant à court terme qu'à long terme. C'est pourquoi il est indispensable de disposer d'informations sur les dépenses globales de l'industrie du tabac en ce qui concerne la promotion des produits du tabac, pour pouvoir contrôler l'efficacité des politiques antitabac en ce qui concerne la santé publique. De telles informations permettent en effet de déterminer si les restrictions imposées sont contournées, notamment par une réaffectation des fonds au profit de formes de promotion innovantes ou ne faisant pas l'objet de restrictions. Il convient d'exiger de l'industrie du tabac des déclarations périodiques de ces dépenses.
- (17) Étant donné les risques pour la santé induits par le tabagisme passif, les États membres devraient garantir la protection des non-fumeurs, notamment des groupes les plus vulnérables, telles que les personnes atteintes de maladies respiratoires, les femmes enceintes et les enfants, contre la fumée de tabac ambiante.
- (18) Les États membres devraient continuer à élaborer des stratégies et des mesures visant à réduire la prévalence du tabagisme, telles que le renforcement des programmes d'éducation en matière de santé, afin d'améliorer la perception des risques liés au tabagisme, ainsi que d'autres programmes de prévention destinés à dissuader la population de fumer.
- (19) La convention-cadre de l'Organisation mondiale de la santé pour la lutte antitabac, qui est actuellement en négociation, aborde un grand nombre de questions soulevées dans la présente recommandation. Il est donc important de garantir la cohérence des mesures contenues dans la présente recommandation avec les composantes de la future CCLAT qui sont actuellement à l'examen,

¹¹ Organisation mondiale de la santé, initiative "Pour un monde sans tabac", adresse Internet: www.tobacco.who.int

¹² Banque mondiale, "Maîtriser l'épidémie: l'État et les aspects économiques de la lutte contre le tabagisme", 1999, Washington DC.

¹³ Banque mondiale, "Maîtriser l'épidémie: l'État et les aspects économiques de la lutte contre le tabagisme", 1999, Washington DC.

RECOMMANDÉ AUX ÉTATS MEMBRES:

1. d'adopter des mesures législatives ou administratives appropriées, ou d'encourager des accords volontaires, en vue d'interdire la vente de produits du tabac aux enfants et aux adolescents, notamment par les moyens suivants:
 - (a) obligation, pour les vendeurs de produits du tabac, de s'assurer que les acheteurs ont atteint l'âge fixé par la législation nationale pour l'achat de ces produits, pour autant qu'une telle limite d'âge existe;
 - (b) retrait des produits du tabac des comptoirs libre-service dans les points de vente au détail;
 - (c) limitation de l'accès aux distributeurs automatiques de produits du tabac, en plaçant ceux-ci uniquement dans des lieux accessibles aux personnes en âge d'acheter ces produits selon la législation nationale en vigueur, pour autant qu'une telle limite d'âge existe, ou en réglementant l'accès aux produits vendus dans ces distributeurs de façon à obtenir les mêmes effets;
 - (d) limitation de la vente à distance de produits du tabac, telles que la vente par Internet, aux sites protégés par des dispositifs d'identification des adultes;
 - (e) interdiction de la vente de cigarettes à l'unité ou en paquets de moins de vingt unités;
2. d'adopter des mesures législatives ou administratives ou d'encourager des accords volontaires, en vue d'empêcher que les formes de publicité et de promotion suivantes touchent les enfants et les adolescents:
 - (a) l'utilisation de marques de tabac sur des produits ou des services autres que les produits ou services de l'industrie du tabac;
 - (b) l'utilisation d'objets promotionnels (cendriers, briquets, parasols etc.) et d'échantillons de tabac;
 - (c) l'utilisation de panneaux publicitaires, d'affiches et d'autres techniques de publicité d'intérieur ou d'extérieur (telles que la publicité sur les distributeurs automatiques de produits du tabac);
 - (d) publicité dans les cinémas;
 - (e) toute autre forme de publicité ou de parrainage et toute pratique directement ou indirectement destinée à promouvoir les produits du tabac.
3. de prendre les mesures appropriées, en adoptant des dispositions législatives ou en mettant en œuvre d'autres méthodes conformes aux pratiques en vigueur et aux situations existant dans les différents États membres, en vue d'exiger des fabricants, des importateurs et des négociants en produits du tabac qu'ils fournissent aux États membres des informations concernant les dépenses qu'ils engagent pour la publicité, le marketing, le parrainage et les campagnes de promotion non interdits par la législation nationale ou communautaire;

4. d'appliquer, au niveau du gouvernement ou à d'autres niveaux appropriés, des dispositions législatives, des accords volontaires ou d'autres mesures efficaces, de manière à assurer une protection adéquate contre l'exposition à la fumée de tabac ambiante dans les locaux de travail, les locaux publics et les transports en commun, en prêtant une attention particulière à certains groupes à risques, tels que les enfants, les femmes enceintes et les personnes atteintes de maladies respiratoires;
5. de continuer à élaborer des stratégies et des mesures visant à réduire la prévalence du tabagisme, telles que le renforcement des programmes d'éducation à la santé et des programmes généraux visant à décourager l'usage des produits du tabac;
6. d'appliquer toutes les procédures nécessaires et adéquates en vue de s'assurer du respect des mesures énoncées dans la présente recommandation;
7. d'informer la Commission, tous les deux ans, des suites données à la présente recommandation.

INVITE LA COMMISSION:

1. à suivre et à évaluer les initiatives et les mesures prises dans les États membres et au niveau communautaire;
2. à faire rapport sur la mise en œuvre des mesures proposées, sur la base des renseignements communiqués par les États membres, au plus tard à la fin de la cinquième année suivant la date d'adoption de la présente recommandation;
3. à examiner dans quelle mesure les dispositions énoncées dans la présente recommandation portent leurs fruits et à étudier la nécessité de nouvelles actions, en particulier si des disparités au niveau du marché intérieur sont relevées dans les domaines visés par la présente recommandation.

Fait à Bruxelles, le

*Par le Conseil
Le président*