

For det andet er medtaget den situation, hvor nye tobaksvarer ville blive markedsført ved hjælp af et navn eller mærke, som allerede anvendes for en anden vare. Her tænkes også på kendte varemærker for livsstilsprodukter, som f.eks. tøj, ure, biler o.lign.

For det tredje er medtaget brug af bestemte farver, layout eller udformning, som forbindes med bestemte tobaksvarer.

Endelig omfatter stk. 2 også brug af genkendelige tobaksvarer i reklame for andre varer eller tjenesteydelser.

Egentlig produktplacement vil, hvor der foreligger en aftale om, at tobaksproduktet vises i reklamen – som ovenfor nævnt – være omfattet af begrebet reklame i lovens betydning.

Ifølge stk. 3 er alle økonomiske bidrag til aktiviteter, arrangementer m.v., der har til formål at fremme afsætningen af tobaksvarer, omfattet af definitionen på sponsorering.

Med bidrag tænkes på penge, prisfordele, gaver, støtte osv. til aktiviteter, begivenheder, arrangementer o.lign., uanset om de kommer fra tobaksbranchen eller fra andre, som ydes under forudsætning af, at sponsoren får sit navn, logo m.v. vist eller nævnt i forbindelse med den pågældende aktivitet.

Ifølge stk. 4 er et tobaksudsalgssted i lovens betydning alle steder, hvorfra der sælges tobaksvarer.

### Til § 3

Ifølge denne bestemmelse er reklame for tobaksvarer forbudt. Der henvises nærmere til definitionen i bemærkningerne til lovforslagets § 2, stk. 1 og 2.

Det er ikke afgørende, om der er betalt for reklamen.

Det er ligeledes uden betydning, på hvilken måde reklamen formidles. Det kan f.eks. være gennem postvæsenet som adresseret eller adresseløs forsendelse, uddeling i postkasser, på messer eller udstillinger, inde i forretninger, på offentligt eller privat område. Således vil f.eks. »homeparties« i det private hjem være omfattet af forbuddet.

Forbuddet mod reklame omfatter også de situationer, der er angivet i lovforslagets § 2, stk. 2. Hovedsigtet hermed er at forhindre omgåelse af forbuddet mod reklame.

Præciseringen i § 2, stk. 2, medfører for det første, at et navn, mærke, symbol eller andre kendetegn, der allerede anvendes for et tobaksprodukt, *ikke* må anvendes til at markedsføre andre varer eller tjenesteydelser. F.eks. må Skandinavisk Tobakskompagni ikke markedsføre tasker, sko m.v. under navnet »Prince«. Det afgørende vil være, om der er tale om et mær-

ke, som folk i almindelighed forbinder med et mærke for tobaksvarer.

Bestemmelsen omfatter også producenter, der ikke har relation til tobaksindustrien, og gælder, så længe det aktuelle navn, mærke osv. benyttes i forbindelse med tobaksvarer.

For det andet må nye tobaksvarer ikke markedsføres under et navn, mærke, symbol eller andre kendetegn, som allerede anvendes for en anden vare eller tjenesteydelse. F.eks. må en tobaksproducent ikke give et nyt cigaretmærke et navn, der er identisk med kendte varemærker for f.eks. biler, ure, sportstøj o.lign., for herved at opnå den fordel genkendelsesværdien eller identifikationen med en bestemt livsstil ville kunne give.

Da kreativiteten i reklamebranchen er stor, er der for det tredje medtaget anvendelse af layout, udformning eller bestemte farvesammensætninger, som forbindes med tobaksvarer. Dette gælder kun så længe, den aktuelle farve m.v. er i brug for en tobaksvarer.

Endelig vil det være forbudt at placere genkendelige tobaksvarer i reklamer for andre varer og tjenesteydelser.

Med hensyn til tobaksreklame i radio og fjernsyn finder denne lovs bestemmelser kun anvendelse for så vidt reklamen ikke er reguleret i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, jf. lovbekendtgørelse nr. 208 af 6. april 1999 og Kulturministeriets bekendtgørelse nr. 489 af 11. juni 1997 om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn.

Heraf følger, at dette lovforslag også tilsigter at forbyde den reklame i radio og fjernsyn, der hidtil har været tilladt, den såkaldte »indirekte reklame«.

Stk. 2 indeholder undtagelser fra lovens forbud mod reklame.

Ifølge pkt. 1 finder loven ikke anvendelse på interne meddelelser rettet til fagfolk inden for tobaksbranchen. Dette gælder også annoncering af ledige stillinger inden for tobaksfremstilling, specialforretninger for tobaksvarer o.lign., som kun indeholder oplysninger, som er nødvendige for at gøre sig bekendt med, hvad stillingen indebærer.

Ifølge pkt. 2 og 3 vil det være tilladt på tobaksudsalgssteder at udstille tobaksvarer og prisskilte for disse varer. Der tænkes her på udstilling af tobaksvarer og prisskilte inde i udsalgslokalet i det omfang, en sådan placering er hensigtsmæssig for en rationel omsætning. Det vil dog ikke være tilladt at anvende udstyr, så som reoler, hylder, standere o.lign., der på grund af deres størrelse eller udformning vil give en reklameeffekt.