

Som en oplysningsfunktion vil det ifølge pkt. 4 være tilladt uden for udsalgssteder på facader, butiksruder o.lign. at opsætte skilte med teksten »Tobak« i neutral udformning, såvel med hensyn til farve som størrelse.

Ifølge pkt. 5 finder lovens forbud mod reklame ikke anvendelse på salgssteder, hvor man er specialiseret i salg af piber, pibetobak og cigarer, dvs. varegrupper, der ikke specielt appellerer til unge mennesker. Specialbutikker f.eks. med et vareudbud af cigaretter, der fortrinsvis tager sigte på en aldersmæssigt yngre kundekreds, vil således ikke være omfattet af undtagelsesbestemmelsen.

Undtagelsen gælder også, hvis sådanne specialforretninger er placeret i stormagasiner, forretningscentre o. lign. Den gælder derimod ikke for specielle stande eller diske i dagligvarebutikker, supermarkeder o. lign.

Undtagelsesbestemmelsen giver kun en ret for disse specialbutikker til at reklamere på salgsstedet. Det giver dem ikke tilladelse til at reklamere andre steder, at uddele annonceblade, at uddele gratis tobaksvarer osv.

I pkt. 6 er medtaget en undtagelsesbestemmelse, der tillader reklame for produkter, der er markedsført under samme navn som et tobaksprodukt, hvis disse produkter er markedsført før den 13. december 2000, dvs. den dag, hvor lovforslaget blev fremsat i Folketinget. Det vil endvidere være en betingelse, at navnet fremtræder i en form, der tydeligt adskiller det fra navnets udseende på tobaksvarer. Det skal præciseres, at undtagelsen kun gælder navnet og ikke mærker, symboler eller andre kendetegn for tobaksvarer.

Undtagelsesbestemmelsen er medtaget for at imødekomme de firmaer, der i tillid til, at det annullerede direktiv 98/43/EF om forbud mod tobaksreklame blev implementeret i EU-landene, i den mellemliggende periode har indrettet deres markedsføring efter direktivets bestemmelser. Der henvises til de almindelige bemærkninger til lovforslaget under afsnit 10. Forholdet til EU-retten.

I pkt. 7 er endelig medtaget en bestemmelse om, at reklameforbuddet ikke gælder brug af et navn, der er kendt fra tobaksvarer, i reklame for andre varer og tjenesteydelser, hvis den anden vare eller tjenesteydelse kun markedsføres i et begrænset geografisk område. Der tænkes her på varer og tjenesteydelser, som ud fra en almindelig opfattelse ikke vil kunne sættes i forbindelse med tobaksvarer. Som eksempler kan nævnes ejeren af en hundekennel, der vælger at kalde sin forretning for »King's«, eller frisøren, der vælger at kalde sin frisørsalon for »Savoy«.

Sådanne varer og tjenesteydelser har ikke nogen umiddelbar tilknytning til tobaksvarer og har derfor heller ikke til formål at fremme afsætningen af tobaksvarer.

Til § 4

Forbuddet mod sponsorering indebærer, at det hverken vil være tilladt at anvende navn, logo m.v. på et tobaksprodukt eller navnet på en tobaksproducent / et tobaksfirma i forbindelse med sponsorering.

Formålet med bestemmelsen er at undgå, at midler fra tobaksindustrien anvendes på en sådan måde, at det kan medvirke til at fremme afsætningen af tobaksvarer.

Det betyder omvendt, at hvis formålet er at fremme kulturelle eller andre samfundsnyttige formål, vil tobaksindustrien ikke være afskåret fra at anvende midler hertil. Det vil dog være en forudsætning, at tobaksfirmaerne, deres logoer m.v. og deres produkter, i forbindelse med en aktivitet, et arrangement eller lignende ikke nævnes på en måde, der vil kunne medvirke til at fremme afsætningen af tobaksvarer.

Det samme gælder for midler og donationer fra almennyttige eller andre fonde o.lign., hvis udbytte fremkommer ved tobakssalg. Det vil dog også her være en forudsætning, at firmaerne, deres logoer m.v. og deres produkter ikke nævnes på en sådan måde i forbindelse med uddelingen af midler, at det vil kunne medvirke til at fremme afsætningen af tobaksvarer.

Opmærksomheden henledes på, at bestemmelsen om forbud mod sponsorering i lovforslaget således har et andet indhold end § 73, stk. 4, i radio- og fjernsynsloven. Ifølge radio- og radiofjernsynsloven må der bl.a. ikke udsendes programmer, hvortil der er ydet tilskud af fysiske eller juridiske personer, hvis hovedvirksomhed er at producere eller sælge tobaksprodukter eller varer, der fortrinsvis benyttes i forbindelse med rygning.

Så vidt det er oplyst, har tobaksindustrien på nuværende tidspunkt indgået følgende sponsoraftaler:

- Skandinavisk Tobaksindustri sponsorerer Panda Prisen, der er WWF Verdensnaturfondens naturpris, Collegium Musicum og JazzparPrisen.
- House of Prince har en sponsoraftale med Det Kongelige Teater, der omfatter teaterets repertoireannoncer. Lignende sponsoraftaler har de med Det Nye Teater i København og med Aarhus Teater.

Det er hensigten, at lovens forbud mod sponsorering først skal træde i kraft den 30. juli 2003 for sponsoraftaler, der er indgået før lovforslaget blev fremsat i Folketinget, jf. bemærkningerne til lovforslagets § 8.