

- 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 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 tobaksvarer 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 tobaksvarers navn at anvende et mærke, emblem, symbol, logo eller andet kendetegn, der hovedsagelig anvendes i forbindelse med denne tobaksvarer.

§ 11. Ejere eller brugere af et varemærke for tobaksprodukter 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 aftales bestemmelser, skal Tobaksindustrien straks ved forhandling med grossisten eller forhandleren søge markedsføringen bragt i overensstemmelse med aftalen. Sker dette ikke, er alle medlemsvirksomheder, efter forudgående konkret indhentet tilladelse fra Konkurrencerådet, forpligtet til at standse levering af tobaksvarer til grossisten eller forhandleren.

Afsnit 6. Ikrafttrædelse.

§ 13. Aftalen træder i kraft den 31. december 1991.

Stk. 2. Samtidig ophæves aftale af 11. marts 1986 mellem Tobaksindustrien og Indenrigsministeriet, idet dog aftalens § 6 opretholdes indtil udgangen af 1992.

København, den 6. november 1991.

For Tobaksindustrien:

Georg Gundersen

/ Erling H.C. Koch

For Sundhedsministeriet:

Ester Larsen

/ Mogens Jørgensen