

- (a) prohibit all forms of tobacco advertising, promotion and sponsorship that promote a tobacco product by any means that are false, misleading or deceptive or likely to create an erroneous impression about its characteristics, health effects, hazards or emissions;
- (b) require that health or other appropriate warnings or messages accompany all tobacco advertising and, as appropriate, promotion and sponsorship;
- (c) restrict the use of direct or indirect incentives that encourage the purchase of tobacco products by the public;
- (d) require, if it does not have a comprehensive ban, the disclosure to relevant governmental authorities of expenditures by the tobacco industry on advertising, promotion and sponsorship not yet prohibited. Those authorities may decide to make those figures available, subject to national law, to the public and to the Conference of the Parties, pursuant to Article 21;
- (e) undertake a comprehensive ban or, in the case of a Party that is not in a position to undertake a comprehensive ban due to its constitution or constitutional principles, restrict tobacco advertising, promotion and sponsorship on radio, television, print media and, as appropriate, other media, such as the internet, within a period of five years; and
- (f) prohibit, or in the case of a Party that is not in a position to prohibit due to its constitution or constitutional principles restrict, tobacco sponsorship of international events, activities and/or participants therein.
- (a) forbyde alle former for tobaksreklame, salg fremme og sponsorering, som fremmer et tobaksprodukt med midler, som er falske, misvisende eller vildledende, eller som med sandsynlighed kan skabe et fejlagtigt indtryk af produktets karakteristika, sundhedsvirkninger, risici eller afgivelse af stoffer;
- (b) kræve, at sundhedsmæssige eller andre passende advarsler eller budskaber følger med al tobaksreklame og, når dette er relevant, salg fremme og sponsorering;
- (c) begrænse brugen af direkte eller indirekte incitament, som opfordrer befolkningen til køb af tobaksprodukter;
- (d) hvis den ikke har et omfattende forbud, kræve, at relevante offentlige myndigheder bliver oplyst om tobaksindustriens udgifter til sådan reklame, salg fremme og sponsorering, som endnu ikke er forbudt. Afhængigt af national lovgivning kan de pågældende myndigheder vælge at videregive de oplysninger, der foreligger, til offentligheden og til parternes konference i overensstemmelse med artikel 21;
- (e) iværksætte et omfattende forbud eller, hvis det drejer sig om en part, som ikke er i stand til at iværksætte et omfattende forbud på grund af sin forfatning eller sine forfatningsmæssige principper, begrænse tobaksreklame, salg fremme og sponsorering i radio, fjernsyn og trykte medier og, når det er relevant, andre medier såsom internet indenfor en periode af fem år; og
- (f) forbyde eller, hvis det drejer sig om en part, som ikke er i stand til at iværksætte et omfattende forbud på grund af sin forfatning eller sine forfatningsmæssige principper, begrænse tobakssponsorering af internationale begivenheder, aktiviteter og/eller deltagere heri.

5. Parties are encouraged to implement measures beyond the obligations set out in paragraph 4.

6. Parties shall cooperate in the development of technologies and other means necessary to facilitate the elimination of cross-border advertising.

7. Parties which have a ban on certain forms of tobacco advertising, promotion and sponsorship have the sovereign right to ban those forms of cross-border tobacco advertising, promotion and

5. Parternes opfordres til at gennemføre foranstaltninger, der rækker ud over de forpligtelser, der er fastlagt i stykke 4.

6. Parterne skal samarbejde om udviklingen af teknologi og andre midler, som er nødvendige for at lette afskaffelsen af grænseoverskridende reklame.

7. Parter, som har et forbud mod visse former for tobaksreklame, salg fremme og sponsorering, har suveræn ret til i overensstemmelse med national lovgivning at forbyde de former for