

**N° 5533<sup>8</sup>****CHAMBRE DES DEPUTES**

Session ordinaire 2005-2006

**PROJET DE LOI**

- 1) relatif à la lutte antitabac;
- 2) modifiant la loi modifiée du 16 avril 1979 fixant le statut général des fonctionnaires de l'Etat;
- 3) modifiant la loi modifiée du 24 décembre 1985 fixant le statut général des fonctionnaires communaux;
- 4) modifiant la loi modifiée du 17 juin 1994 concernant la sécurité et la santé des travailleurs au travail;
- 5) abrogeant la loi modifiée du 24 mars 1989 portant restriction de la publicité en faveur du tabac et de ses produits, interdiction de fumer dans certains lieux et interdiction de la mise sur le marché des tabacs à usage oral

\* \* \*

**AVIS DU CONSEIL DE PRESSE**

(16.5.2006)

**I. CONSIDERATIONS GENERALES**

Par courrier du 15 février 2006, le Conseil de Presse a été invité à formuler ses commentaires et remarques à propos du texte de projet de loi relatif à la lutte antitabac déposé à la Chambre des députés en date du 28 janvier 2006.

Le projet de loi vise à renforcer les mesures existantes en matière de lutte contre le tabagisme actif et passif, notamment en introduisant l'interdiction de fumer dans les restaurants et en interdisant la vente de produits de tabac aux mineurs de seize ans.

Eu outre, le projet transpose en droit luxembourgeois avec un certain retard la directive 2003/33/CE du Parlement européen et du Conseil du 26 mai 2003 concernant le rapprochement des dispositions législatives, réglementaires et administratives des Etats membres en matière de publicité et de parrainage en faveur des produits de tabac.

Il va sans dire que le Conseil de Presse approuve le projet de loi poursuivant des objectifs d'intérêt général et de santé publique; mais il voudrait faire part de ses préoccupations au sujet de certains effets qu'aurait le vote du projet dans sa version sous avis.

Il s'agit plus précisément des dispositions sur l'interdiction de toute forme de publicité en faveur du tabac, de ses produits et de ses ingrédients. Plus particulièrement, l'article 3 du projet de loi interdit toute forme de publicité en faveur du tabac notamment celle faite dans la presse écrite et les autres médias imprimés, les services de la société d'information ainsi que les émissions de radiodiffusion ou de télévision.

\*

## II. CONSIDERATIONS PARTICULIERES

### 1. L'interdiction publicitaire et la liberté de la presse

Il est incontestable que la presse dans une économie libre ne peut pas survivre sans les recettes publicitaires. Elles représentent, suivant les cas, entre 35 et 100% des revenus des entreprises de presse (Télévisions étatiques 30% – Télévisions commerciales 100%). Pour les titres de la presse écrite, les recettes publicitaires représentent en règle générale plus de 50% de leur chiffre d'affaires.

Toute interdiction publicitaire peut donc mettre en danger la survie d'un titre. Elle réduira en tout cas les moyens financiers et en conséquence inévitable les moyens d'information de chaque titre concerné.

En outre, chaque interdiction publicitaire est susceptible de porter atteinte à la liberté de la presse. Une fois que cette voie est ouverte, le législateur pourra facilement l'utiliser pour interdire d'autres publicités.

### 2. Les effets économiques sur la presse luxembourgeoise

Le Conseil de Presse relève que les médias vivent pour une grande partie des recettes en provenance de la vente d'espace publicitaire et que la publicité en faveur du tabac et des produits de tabac en constitue une part non négligeable, voire importante.

L'entrée en vigueur de cette interdiction de toute forme de publicité engendrera pour les médias une perte de recettes qui sera difficile à gérer sur un marché publicitaire qui présente une tendance générale à la baisse.

Selon l'étude „Publinvest“, le premier semestre 2005, les producteurs de produits de tabac ont eu un investissement publicitaire total de Euro 177.000.– dont 121.000.– dans la presse écrite luxembourgeoise, investissement qui était plus spécifiquement réalisé dans les deux hebdomadaires Revue et Télécran. Cet investissement représente pour une année totale pour ces deux supports 4% de leur chiffre d'affaires publicitaire, ou en d'autres mots l'équivalent du salaire annuel de trois journalistes sur base du montant de référence de la loi sur la promotion de la presse écrite. Ce qui souligne encore une fois de quelle façon une interdiction globale peut porter atteinte à la liberté de la presse et à la pluralité des titres.

Le Conseil de Presse propose que les titres de presse qui d'une façon ou d'une autre seront pénalisés économiquement par cette loi, bénéficient pendant une période de cinq années au moins d'une aide économique ponctuelle, soit directe, soit indirecte, à hauteur des pertes de revenu consécutives à l'application de la présente loi.

Cette aide économique sera nécessaire afin de garantir l'emploi, notamment dans les deux titres luxembourgeois qui d'après l'étude „Publinvest“ devront principalement subir les effets économiques négatifs de cette loi.

En outre le Conseil de Presse propose de rayer le deuxième alinéa de l'article 14 du projet de loi en ce qui concerne les contrats signés avant la date du dépôt de la loi susmentionnée. Ces contrats devraient pouvoir être exécutés jusqu'à leur terme, cependant, sans que celui-ci puisse se situer plus de deux ans après l'entrée en vigueur de cette loi.

### 3. La directive 2003/33/CE

Le Conseil de Presse note que le projet de loi reste au demeurant muet quant à la plainte de la République Fédérale d'Allemagne déposée en 2003 auprès de la Cour de justice des Communautés européennes et qui jusqu'à aujourd'hui n'a pas encore été jugée.

A l'instar du gouvernement allemand qui met en avant l'absence d'effet transfrontalier pour s'opposer à l'application de la directive, la presse écrite luxembourgeoise peut affirmer qu'elle n'a pas une exportation significative de ses titres vers d'autres pays de l'Union européenne. Elle n'est significativement pas transfrontalière et donc ne devrait pas rentrer dans le champ d'application de la directive 2003/33/CE.

Par ailleurs, l'objectif de la directive est de rapprocher les dispositions législatives en matière de publicité et de parrainage en faveur des produits de tabac, car la disparité entre les législations natio-

nales peut entraîner des entraves à la libre circulation entre Etats membres. Cependant, les titres édités hors de l'Union européenne continueront à véhiculer de la publicité pour des produits de tabac, même s'ils sont importés et vendus au Luxembourg.

\*

### III. CONSIDERATIONS FINALES

Au cas où les restrictions existantes en matière de publicité telle que l'interdiction de publicité télévisée ou l'avertissement sanitaire, ne seraient pas jugées suffisantes, le Conseil de Presse est d'une part circonspect au sujet de l'introduction d'une interdiction globale de publicité en faveur d'un produit licite et d'autre part, demande une compensation financière temporaire pour les organes de presse qui seront principalement touchés par l'interdiction.

Luxembourg, le 16 mai 2006

*Pour le Conseil de Presse,*

*Le Secrétaire général,*  
Joseph LORENT

*Le Président,*  
Roger INFALT

