MINISTERE DE LA SANTE

REPUBLIQUE TOGOLAISE
Travail - Liberté - Patrie

DECRET N° 2012-072 /PR
portant interdiction de publicité, de promotion et de parrainage du tabac et ses produits dérivés au Togo

---

LE PRESIDENT DE LA REPUBLIQUE,

Sur le rapport du ministre de la santé,

Vu la Constitution du 14 octobre 1992 ;

Vu la loi n° 2009-007 du 15 mai 2009 portant code de la santé publique de la République togolaise ;

Vu la loi n° 2010-017 du 31 décembre 2010 relative à la production, à la commercialisation, à la consommation des cigarettes et autres produits du tabac ;

Vu le décret n° 2012-004/PR du 29 février 2012 portant attributions des ministres d'Etat et ministres ;

Vu le décret n° 2012-006/PR du 7 mars 2012 portant organisation des départements ministériels ;

Vu le décret n° 2012-051/PR du 19 juillet 2012 portant nomination du Premier ministre ;

Vu le décret n° 2012-056/PR du 31 juillet 2012 portant composition du gouvernement, modifié par le décret n° 2012-060/PR du 24 août 2012 ;

Le conseil des ministres entendu,

D E C R E T E :

Article 1er : Objet
Le présent décret a pour objet de définir les modalités d'application des mesures d'interdiction de publicité, de promotion et de parrainage du tabac et ses produits dérivés au Togo.

Article 2 : Champ d'application
Aux termes du présent décret, l'interdiction de la publicité en faveur du tabac, de la promotion et du parrainage s'étend à toute forme de :

- publicité et de promotion en faveur du tabac ainsi que parrainage, sans exception, qu'ils soient directs ou indirects ;

- actes visant à promouvoir le tabac et ses produits dérivés et d'actes ayant ou susceptibles d'avoir un effet promotionnel ;
- promotion de produits du tabac et d'usage de tabac ;
- communications commerciales ainsi que les recommandations et les actions commerciales ;
- contributions de toute nature à tout événement, activité ou personne ;
- publicité et de promotion de marques de tabac et toute promotion des entreprises ;
- extension et d'échange de marques ;
- représentations théâtrales, de jeux, et dans les médias traditionnels (presse écrite, télévision et radio) et tous les autres médias, les films, et autres nouvelles technologies y compris Internet, les téléphones mobiles, les distributeurs automatiques ou toute autre forme de publicité en faveur du tabac, de promotion ou de parrainage ;
- toute forme de publicité transfrontière.

Article 3 : Publicité et présentation des produits du tabac et de leurs dérivés aux points de vente

Il est interdit de faire la publicité et la promotion du tabac et de ses produits dérivés sur les points de vente.

L'interdiction est complète et s'étend à toute présentation et toute visibilité des produits du tabac et ses produits dérivés ou images des produits du tabac et ses produits dérivés à l'intérieur et à l'extérieur des points de vente.

Les exploitants de points de vente doivent s'abstenir d'exposer au public les produits du tabac et ses dérivés. Seule une liste sous forme de texte des produits indiquant leur prix, sans aucun élément promotionnel, est autorisée.

Cette interdiction s'applique aussi à bord des ferrys, des avions, ainsi que dans les ports et aéroports, les gares routières et ferroviaires.

Article 4 : Mesures relatives à la vente, publicité, promotion et de parrainage du tabac et ses produits dérivés sur Internet

La vente, l'offre de vente, la fourniture ou la distribution du tabac et ses produits dérivés, la publicité, la promotion et le parrainage du tabac et de ses produits dérivés sur Internet ou tout autre support électronique, sont interdits.

L'interdiction s'applique aux entités qui vendent le tabac et ses produits dérivés, aux sociétés de cartes de crédit qui facilitent le paiement, aux fournisseurs d'accès internet et aux services d'envoi ou de livraison de ces produits.

Les fournisseurs d'accès Internet, les institutions délivrant les cartes de crédits, les services d'envoi ou de livraison des produits ont l'obligation de veiller à l'application des dispositions du présent article, et notamment, de prendre des mesures pour interdire ou restreindre les sites internet de vente de produits du tabac et de ses dérivés, interdire le paiement par carte de crédit ou toute autre mesure appropriée.

Article 5 : Mesures relatives à l'extension et échange de marques

Toute forme de publicité et de promotion déguisée du tabac et ses produits dérivés par extension de marques ou échange de marques est interdite.

Par extension de marque, on entend une marque de tabac, un emblème, une marque de fabrique, un logo ou des insignes commerciaux, ou d'autres caractéristiques distinctives, y compris des associations de couleurs distinctives, liés à un produit ou à un service ne concernant pas directement le tabac, de manière à produire une association vraisemblable entre le produit du tabac et le produit ou le service ne concernant pas le tabac.

Par échange de marques, on entend l'utilisation d'un nom de marque, d'un emblème, d'une marque de fabrique, d'un logo ou d'un insigne commercial, ou de tout autre signe distinctif, y compris des associations de couleurs distinctives sur un produit ou service ne concernant pas le tabac, liés à un produit du tabac ou à une société de l'industrie du tabac, de manière à produire une association vraisemblable entre le produit du tabac ou la société et le produit ou le service ne concernant pas le tabac.

Article 6 : Mesures relatives aux panneaux, affiches et autres moyens de publicité

Il est interdit de faire la publicité du tabac et ses dérivés sur tout support de communication par :

- des moyens sonores, visuels ou audiovisuels, imprimés y compris journaux, revues, brochures, dépliants, feuilles volantes, lettres, panneaux, affiches, signes ; télévision et radio, films, DVD, vidéos et CD ; jeux , y compris jeux sur ordinateur, jeux vidéo ou jeux en ligne et autres moyens de communication numérique, y compris Internet et téléphones mobiles, représentation dramatique ou autre représentation en direct ;

- apposition de marques commerciales, y compris dans les lieux de loisirs et les points de vente au détail, et sur des véhicules et du matériel, par l'utilisation de couleurs ou assemblages de couleurs de la marque, de logos ou de marques de fabrique.

Article 7 : Mesures relatives à l'interdiction des actes promotionnels
Il est interdit de faire la promotion du tabac et ses dérivés sur tout support de communication par :

- actions promotionnelles incitatives ou à effet incitatif ou de fidélisation ;
- concours, associés à des produits du tabac ou à des noms de marques, indépendants ou non de l'achat d'un produit du tabac ;
- matériel de promotion, y compris d'information, prenant pour cible directe des particuliers, notamment courrier direct, télémarketing, enquêtes de consommateurs ou recherches ;
- promotion de produits bénéficiant de remises de prix ;
- vente ou fourniture de jouets ou de confiseries ressemblant à des produits du tabac ;
- paiements ou autres contributions à des détaillants pour les encourager à vendre des produits avec des remises de prix, notamment programmes d'incitation des détaillants ;
- paiement ou autre prestation en échange de la vente exclusive ou de la présentation bien visible d'un produit déterminé ou d'un produit d'un fabricant particulier par un détaillant, lors d'une manifestation ou dans un lieu particulier ;
- vente, fourniture, placement et présentation de produits dans des établissements d'éducation ou des lieux de divertissement, lors de réceptions, d'événements sportifs, musicaux, sociaux ou artistiques ;
- placement de produits, c'est-à-dire inclusion d'un produit du tabac, d'un service ou d'une marque de fabrique, ou référence à un produit, service ou marque de fabrique, dans le contexte d'une communication, contre un paiement ou une autre prestation ;
- toute publication d'un sujet relatif au tabac et ses dérivés dans les médias, films ou d'autres méthodes qui ne respectent pas la déontologie du métier ;
- dons ou remises de prix sur certains articles lors de l'achat de produits du tabac ;
- fourniture d'échantillons gratuits de produits de tabac, notamment à l'occasion d'enquêtes de marché et de tests de goût.

Article 8 : Mesures relatives à l'interdiction de parrainage
Il est interdit de faire le parrainage du tabac et ses dérivés par :

- fourniture d'un appui financier ou autre à des manifestations, des activités, des particuliers ou des groupes en échange ou non d'une publicité, notamment des activités de responsabilité sociale des entreprises ou les programmes de prévention du tabagisme chez les jeunes ;

- fourniture d'un appui financier ou autre par l'industrie du tabac à des opérateurs dans des lieux déterminés, comme des bistros, des clubs ou des lieux de divertissement en échange de la construction ou de la rénovation de locaux pour promouvoir les produits du tabac ou l'utilisation ou la fourniture de stores ou de parasols ;
- toute autre forme de contribution, indépendamment du fait que le soutien financier soit publié ou non.

Article 9 : Mesures relatives à la publicité transfrontière, promotion et parrainage

La publicité, la promotion et le parrainage transfrontière du tabac, des produits du tabac et ses dérivés, sont interdits.

Les entités ou individus qui importent des informations, supports de communication ou tout autre moyen ont l'obligation de s'assurer que ceux-ci ne véhiculent des informations contraires aux dispositions du présent article.

Les services compétents des douanes, de communication et d'information, d'édition et d'impression, de télécommunications, et autres structures concernées par la publicité, promotion et parrainage transfrontières, ont l'obligation de veiller au respect des présentes dispositions.

Article 10 : Suivi et évaluation

Le Programme national de lutte contre le tabac assure le suivi-évaluation périodique de l'application des mesures d'interdiction de la publicité, de la promotion et du parrainage du tabac et ses dérivés dans le but de :

- inciter les responsables politiques et le public à appuyer le renforcement et l'extension des dispositions législatives et réglementaires ;
- recueillir des données sur les résultats obtenus ;
- repérer et faire connaître les efforts faits par l'industrie du tabac pour compromettre l'application des mesures.

Article 11 : Dispositions pénales

Toute infraction aux présentes dispositions est passible des peines prévues au chapitre VI et aux articles 24, 30 et 31 de la loi 2010-017 du 31 décembre 2010.

Ces sanctions seront appliquées aux personnes morales et aux gestionnaires, administrateurs, dirigeants, et/ou aux représentants légaux de personnes morales responsables de l'infraction.

Article 12 : Dispositions transitoires

Les personnes assujetties aux dispositions du présent décret disposent d'un délai de neuf (9) mois à compter de sa publication pour s'y conformer.

Article 13 : Dispositions finales

Le ministre de la santé, le ministre de la sécurité et de la protection civile et le ministre de la communication sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent décret qui sera publié au Journal officiel de la République togolaise.

Fait à Lomé, le 12 SEPT 2012

Le Président de la République

SIGNE

Faure Essozimna GNASSINGBE

Le Premier ministre

SIGNE

Kwesi Séléagodji AHOOMEY-ZUNU

Le ministre de la sécurité et de la protection civile

SIGNE

Colonel Damehame YARK

Le ministre de la santé

SIGNE

Prof. Kondi Charles AGBA

Le ministre de la communication

SIGNE

Djimon ORE

Pour ampliation
Le Secrétaire général
de la Présidence de la République

Patrick Daté TEVI BENISSAN