

JOURNAL



OFFICIEL

de la

République Démocratique du Congo

Cabinet du Président de la République

Kinshasa – 1^{er} janvier 2003

GOUVERNEMENT

Ministère de la Communication et Presse

Arrêté ministériel n° 04/MCP/009/2002 du 15 octobre 2002 modifiant et complétant l'Arrêté ministériel n° 04/DIP/005/90 du 21 avril 1990 fixant les critères d'application de la publicité sur le tabac et sur les boissons alcoolisées

Le Ministre de la Communication et Presse,

Vu, tel que modifié et complété à ce jour, le Décret-loi Constitutionnel n° 003 du 27 mai 1997 relatif à l'organisation et à l'exercice du pouvoir en République Démocratique du Congo, spécialement en son article 36 ;

Vu l'Ordonnance législative n°41-63 du 24 février 1950, relative à la concurrence déloyale ;

Vu la Loi n° 96-002 du 22 juin 1996 fixant les modalités de l'exercice de la liberté de la presse ;

Vu le Décret du 1er juin 1959 relatif à la sauvegarde du pouvoir d'achat des consommateurs ;

Vu le Décret n° 028/2002 du 12 mars 2002 portant organisation et fonctionnement du Gouvernement spécialement en son article 9 ;

Vu le Décret n° 025/2001 du 14 avril 2001 portant nomination des Membres du Gouvernement ;

Vu l'Arrêté départemental n° 04/DIP/004 du 21 avril 1990 portant dispositions générales en matière de publicité ;

Vu la nécessité et l'urgence ;

Le Conseil des Ministres entendu ;

A R R E T E

Article 1^{er} :

Les articles 1, 2, 3, 4, 5 et 13 de l'Arrêté départemental n° 04/DIP/005/90 du 21 avril 1990 fixant les critères d'appréciation de la publicité sur le tabac et sur les boissons alcoolisées sont modifiés et complétés comme suit :

« Article 1 :

Toute publicité sous n'importe quelle forme, doit être conforme aux dispositions légales et réglementaires en vigueur en matière de publicité.»

«Article 2 :

Toute publicité sur le tabac et sur les boissons alcoolisées doit se conformer aux critères définis par le présent Arrêté ainsi qu'aux dispositions légales et réglementaires en vigueur en matière de publicité. Aucune publicité ne peut être diffusée sans l'obtention préalable du visa de la Commission de contrôle et du visa de la publicité.

« Article 3 :

Seront repris sur chaque paquet de cigarettes le nom de la marque, les teneurs en nicotine et en goudron ainsi que l'avertissement sanitaire selon lequel fumer est préjudiciable à la santé. L'avertissement sanitaire sera repris et imprimé en majuscule et en caractère gras : Fumer est préjudiciable à la santé.

Les teneurs en goudron et en nicotine apparaîtront sur le côté latéral droit de chaque paquet et couvrant 20 % dudit côté. Elles seront imprimées de la manière suivante : Goudron.....mg, Nicotinemg.

L'avertissement sanitaire devra apparaître sur chaque paquet, sur chaque carton de distribution ainsi que sur chaque article promotionnel sur lequel l'espace communiquant la marque est supérieur à 25 cm².

Sur tous les éléments visés à l'alinéa 2 ci-dessus, l'avertissement sanitaire apparaîtra dans une couleur et une dimension lisibles. Toutefois, il occupera les 3/4 du côté latéral de chaque paquet et couvrira 10 % du côté gauche de chaque carton. L'indication comportant la teneur en alcool pour les boissons alcoolisées doit être homothétique au format du support utilisé. Ses dimensions seront le dixième de celles du support.

La langue d'usage pour toutes les informations à faire figurer sur les paquets, cartons et articles promotionnels de tabac et des boissons alcoolisées sera le français. »

« Article 4 :

- a) La publicité s'adressera aux consommateurs adultes seuls habilités à acheter et à vendre les produits de tabac ».

« Article 5 :

Toute publicité sur le tabac doit scrupuleusement respecter les critères quantitatifs ci-après, dont l'appréciation relève de la compétence de la Commission de contrôle et de visa de la publicité.

a. Pour la télévision et la radio

Est interdite toute forme de publicité télévisée et radiodiffusée.

b. Pour la presse écrite

Est interdite toute forme de publicité de produits de tabac dans la presse écrite, en ce compris les différentes formes de magazines tant commerciaux que d'informations générales.

c. Pour la publicité, la promotion, le parrainage et dégustation extérieurs

1. La publicité

- Sur tous les points de vente supérieure à 250 cm² sera repris l'avertissement sanitaire selon lequel fumer est préjudiciable à la santé.
- L'espace réservé à l'avertissement sanitaire couvrira 10% de la surface communiquant la marque.
- L'avertissement sanitaire sera apposé dans un espace déterminé qui contraste en teinte avec la principale couleur du point de vente.
- Toute forme de publicité sur support routier en ce compris panneaux et banderole est interdite.

- Aucune publicité électronique ne devra être incorporée dans quelque vidéo ou cassette audio, disque compact, disque vidéo digitale ou dans d'autres moyens similaires, à moins que des mesures soient prises pour s'assurer que les personnes qui reçoivent ces articles sont des adultes.
- Il est interdit d'entreprendre toute recherche publicitaire sur une population de moins de 18 ans d'âge.

2. Promotion des produits du tabac

La participation aux offres promotionnelles par le grand public à travers la presse est subordonnée à la preuve de l'âge de 18 ans.

Lorsque les activités promotionnelles permettent à un adulte d'y prendre part en faisant accompagner, les personnes qui l'accompagnent devront également être des adultes.

Seuls les adultes auront accès aux événements promotionnels.

Les événements promotionnels ne peuvent se dérouler que dans des endroits où l'accès est réservé aux seuls adultes.

Aucun article promotionnel ne peut être distribué, acheté ni vendu à des mineurs.

3. Dégustation des produits du tabac

La dégustation des produits de tabac ne peut pas être offerte à une personne qui n'a pas encore atteint l'âge de 18 ans.

Les dégustations ne seront offertes que dans le cas où il est possible de contrôler l'accès aux lieux de dégustation, par exemple dans un espace déterminé où l'accès est réservé aux adultes.

Les personnes employées pour offrir la dégustation des produits de tabac ou pour conduire les activités promotionnelles doivent avoir au moins 21 ans et vérifier que la personne qui reçoit la dégustation est un adulte.

4. Parrainage

Il est interdit de parrainer des activités visant les mineurs à travers la presse tant écrite qu'audiovisuelle.

« Article 13 :

Toute publicité sur les boissons alcoolisées doit scrupuleusement respecter les critères quantitatifs ci-dessus, dont l'appréciation relève de la compétence de la commission de contrôle et de visa de la publicité.

a) Pour la télévision et la radio

- Aucun message publicitaire sur les boissons alcoolisées ne sera diffusé avant 22 heures et les jours fériés ou chômés ;
- Il ne sera fait aucune publicité pendant le week-end ;
- Le message aura une durée maximum de 60 secondes ;
- Leur diffusion se fera autour des programmes destinés aux adultes et n'interviendra en aucun cas dans les programmes spécifiquement destinés à la jeunesse ;

b) Pour la presse écrite

- Aucun message ne pourra apparaître sans la mention « Publi-reportage » ou publicité ;
- Le message occupera un espace ne pouvant excéder 20 % de la surface totale de la page où est présentée ladite publicité.

Article 2 :

Pour le contrôle d'application du présent Arrêté, les membres de la Commission de contrôle et de visa de la publicité sont désignés pour remplir les fonctions d'inspecteurs chargés de constater tout

manquement et d'appliquer les sanctions y afférentes contre les auteurs.

Article 3 :

Les contraventions aux dispositions du présent Arrêté seront frappés de l'une ou plusieurs des sanctions suivantes : avertissement, rappel à l'ordre, saisie des produits, destruction des produits, ainsi que du paiement des amendes transactionnelles et des frais administratifs pouvant aller jusqu'à l'équivalent en francs congolais de cinquante mille dollars américains

En cas de récidive, outre les autres sanctions, les amendes transactionnelles et les frais administratifs sont portés au double.

Article 4 :

Toutes les dispositions antérieures contraires au présent Arrêté sont abrogées.

Article 5 :

Les entreprises de production ainsi que les importateurs des produits de tabac et des boissons alcoolisées disposent d'un délai de cinq mois, prenant cours à la date de la signature du présent Arrêté pour insérer toutes les mentions respectives prévues à l'article 3 modifié.

Article 6 :

Le présent Arrêté entre en vigueur à la date de sa signature.

Fait à Kinshasa, le 15 octobre 2002.

Kikaya Bin Karubi
Ambassadeur