



Au nom de Dieu, le Compatissant, le Miséricordieux

Allocution du
DR ALA ALWAN
DIRECTEUR RÉGIONAL
DE L'OMS POUR LA MÉDITERRANÉE ORIENTALE
à l'occasion de
LA JOURNÉE MONDIALE SANS TABAC
31 mai 2013

À l'occasion de cette Journée mondiale sans tabac, je souhaite que chacun d'entre nous se pose quatre questions.

Comment l'industrie du tabac a-t-elle réussi et continue-t-elle à vendre un poison qui tue près de 16 000 personnes par jour, soit près de 6 millions d'individus par an ?

Comment est-elle parvenue jusqu'ici à donner à la mort l'apparence de la vie, et à dissimuler la maladie sous le masque de la santé ?

C'est on ne peut plus simple : l'industrie du tabac cherche à vendre un mode de vie.

Les données montrent que, dans la Région, 15 % des jeunes âgés de 13 à 15 ans possèdent un objet sur lequel figure le logo d'une compagnie de tabac ou une autre marque de cigarettes et que les représentants de ces entreprises ont offert des cigarettes à 9 % de ces jeunes.

Il faut alors s'interroger à nouveau : nos pays ne prennent-ils pas toutes les mesures possibles pour mettre un terme à cette situation ?

Depuis des dizaines d'années, l'industrie du tabac recourt à la publicité, à la promotion et au parrainage pour présenter sous un jour séduisant ses produits mortels, et elle continue d'utiliser ces pratiques. On nous montre des grands espaces, en plein air, des jeunes gens en bonne santé, des prouesses athlétiques, la sexualité, la vitalité, la maturité – toute une

imagerie qui nous empêche d'associer les produits du tabac à la maladie, l'incapacité et la mortalité précoce qui vont de pair avec leur consommation.

Nous devons interdire immédiatement la publicité en faveur du tabac, la promotion et le parrainage ; c'est cette année le thème de la Journée mondiale sans tabac et c'est le cœur de mon message.

Depuis des dizaines d'années, la publicité, la promotion et le parrainage sont des stratégies efficaces pour stimuler les ventes de n'importe quel produit ou presque, mais l'industrie du tabac persiste à nier cette évidence. Elle prétend que ces activités n'incitent en rien les fumeurs à fumer davantage et n'encouragent pas les non-fumeurs à commencer. Elle affirme que la promotion n'est que l'expression d'une saine concurrence et ne vise qu'à persuader les fumeurs de changer de marque de cigarettes.

Cependant, l'industrie du tabac continue à lutter contre les interdictions en faisant des concessions minimales, en prenant des demi-mesures, en préconisant l'autoréglementation volontaire, en vantant la responsabilité sociale de ses entreprises et par diverses autres méthodes innovantes. Ces sociétés contournent les restrictions légales pour maintenir leur identité visuelle et atteindre un public aussi large que possible.

Malgré l'efficacité de l'interdiction globale, seulement six des vingt-trois pays de la Région sont complètement protégés de l'exposition aux tactiques de publicité, de promotion et parrainage utilisées par l'industrie du tabac.

Il est démontré que l'interdiction globale aide à réduire la consommation de tabac et à contrer :

- la nature trompeuse et fallacieuse des campagnes commerciales en faveur du tabac ;
- l'exposition inévitable de la jeunesse à la commercialisation du tabac ;
- l'incapacité de l'industrie du tabac à s'auto-réglementer de manière efficace ;
- et l'inefficacité des interdictions partielles.

Comment se fait-il, alors, que seulement 6 % de la population mondiale soit pleinement protégée de l'exposition aux tactiques de publicité, de promotion et de parrainage employées par l'industrie du tabac ?

Parce que, et c'est un fait, la publicité en faveur du tabac, de même que la promotion et le parrainage, sont indispensables au développement continu de cette industrie ainsi qu'à son poids politique croissant.

Si on lui retire ses outils, on lui ôte sa visibilité, on affaiblit ses activités commerciales et on porte un sérieux coup à son influence.

C'est la raison pour laquelle, alors que de plus en plus de pays prennent des mesures pour honorer les obligations prises au titre de la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac, on voit l'industrie du tabac redoubler d'efforts pour saper l'application de ce traité.

Si nous n'agissons pas, l'épidémie de tabagisme fera plus de 8 millions de victimes par an d'ici à 2030, et plus de 80 % de ces décès – que l'on peut éviter – surviendront dans les pays à revenu faible ou intermédiaire.

Comme la consommation de tabac diminue dans de nombreux pays, en partie du fait des restrictions relatives à la commercialisation et à la consommation, l'industrie du tabac reporte ses efforts sur le monde en développement, où il existe un vaste marché en pleine expansion et moins de restrictions en matière de commercialisation. Parmi les fumeurs potentiels, les jeunes et les femmes sont des groupes que l'industrie du tabac cherche à conquérir en particulier.

À l'occasion de la Journée mondiale sans tabac, j'appelle les gouvernements, les parlementaires ainsi que les partenaires au niveau local, national et international à :

1. mettre en œuvre l'article 13 de la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac, et les recommandations y afférentes, pour instaurer l'interdiction globale de la publicité en faveur du tabac, de la promotion et du parrainage ;
2. contrecarrer les efforts que déploie l'industrie pour saper la lutte antitabac, notamment ceux qui visent à ralentir ou empêcher la mise en place de l'interdiction globale de la publicité en faveur du tabac, de la promotion et du parrainage ;
3. prendre toutes les mesures possibles pour lutter contre la publicité directe et indirecte.

Nous ne devons pas nous arrêter à mi-chemin mais poursuivre nos efforts jusqu'au bout, afin de réduire le nombre de fumeurs et de nouveaux fumeurs.