

Stratégies et tactiques de l'industrie du tabac pour saper les efforts de lutte antitabac



Organisation mondiale de la Santé

Bureau régional de la Méditerranée orientale



Le tabac est le seul produit au monde à tuer la moitié de ses consommateurs.

La consommation de tabac tue près de 6 millions de personnes chaque année, 600 000 d'entre eux ayant été exposés au tabagisme passif. Toutes les six secondes, une personne meurt à cause du tabac. La moitié des consommateurs de tabac d'aujourd'hui finiront par mourir demain d'une affection liée à sa consommation. Il est attendu que les décès liés au tabac passent à 7,5 millions d'ici 2020, ce qui représente 10 % des décès dans le monde. Toutefois, si la tendance actuelle se poursuit, le tabac sera responsable de la mort de près de 8 millions de personnes chaque année au cours de la période jusqu'à 2030. La majorité des décès liés au tabac sont à déplorer dans les pays à revenu faible ou intermédiaire. En l'absence de contre-mesures, le tabac sera responsable de la mort de plus d'un milliard de personnes au XXI^e siècle [1].

L'industrie du tabac vend 6000 milliards de cigarettes chaque année, générant des recettes estimées à 614 milliards USD en 2009 [2].

Jusqu'à présent, l'adoption de lois contraignantes interdisant la culture et la production du tabac a été difficile. Les organisations non gouvernementales, les établissements de soins de santé ainsi que l'Organisation mondiale de la Santé doivent collaborer étroitement avec les gouvernements pour prendre des mesures contre l'augmentation de la consommation de tabac chez les jeunes. L'adoption de nouvelles lois et de mesures adaptées visant à interdire

la publicité, augmenter les taxes sur les produits du tabac et interdire de fumer dans les lieux publics sont les seules possibilités pour s'attaquer à l'épidémie de tabagisme.

L'industrie du tabac déploie inlassablement ses efforts pour saper les initiatives et les activités de lutte antitabac.

Préparer des arguments irréfutables contre les politiques de lutte antitabac, maintenir le dialogue avec les responsables de la prise de décision, renforcer un réseau de coopération établi avec ses alliés, communiquer de manière innovante avec les médias et tisser des liens avec des entités gouvernementales comptent parmi les stratégies et tactiques utilisées.

L'industrie du tabac a modifié ses tactiques, dans le fond et la forme, en réaction à la Convention-cadre pour la lutte antitabac de l'Organisation mondiale de la Santé.

L'industrie du tabac a lancé des initiatives qu'elle utilise pour revendiquer à tort une responsabilité sociale, a appuyé des œuvres caritatives et a fait des dons à plusieurs organismes afin d'exercer une pression indirecte visant à saper les lois pour la lutte antitabac. L'industrie du tabac a également officiellement participé aux politiques de lutte antitabac pour améliorer son image et convaincre les gouvernements qu'elle tentait de limiter le nombre de consommateurs de tabac. Elle a aussi noué des alliances multisectorielles au cœur d'entités gouvernementales [3].

L'industrie du tabac complète pour construire une réalité parallèle avant l'adoption de lois officielles et internationales pour la lutte antitabac.

Son objectif est d'inciter les autorités locales à remettre en question l'efficacité de telles politiques. Il s'agit aussi pour l'industrie du tabac de tromper les autorités locales en les persuadant que des demi-mesures, telles que la création de zones fumeurs désignées et l'autorisation de l'interdiction de la publicité sur la base du volontariat sont plus efficaces que des mesures exhaustives, comme l'entrée en vigueur de politiques favorisant des lieux publics 100 % non-fumeurs, une interdiction globale de la publicité en faveur du tabac ou des mises en garde sanitaires sur les paquets. Toutes ces mesures sont détaillées dans la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac. L'industrie du tabac vise également à minimiser la valeur des politiques et des pratiques citées dans la Convention-cadre.

L'industrie du tabac tente sans relâche de limiter les interdictions globales de la publicité en faveur du tabac, de cibler les jeunes, de contourner les mises en garde sanitaires et de s'opposer à l'interdiction de consommer des produits de tabac dans les lieux publics.

En outre, elle s'efforce d'influer sur les négociations portant sur les directives pour l'application des articles de la Convention-cadre pour la lutte antitabac de l'OMS et sur l'utilisation de produits du tabac à l'écran, au théâtre et au cinéma.

Le présent document vise à présenter les différentes tentatives de l'industrie du tabac pour saper les activités des organisations internationales et des gouvernements destinées à freiner l'augmentation du tabagisme, une épidémie qui fait plus de ravages que les guerres les plus meurtrières de l'histoire.

Il convient non seulement de mettre en lumière ses tentatives, mais aussi les efforts et les initiatives innovantes utilisées pour s'opposer à ces tactiques et poursuivre l'objectif d'un monde sain et sans tabac.

Stratégies et tactiques de l'industrie du tabac

Influences sur les décisionnaires

« Notre objectif reste l'élaboration et la mobilisation des ressources requises... pour lutter contre les initiatives sociales et juridiques visant le tabac... Nous devons cibler avec soin nos opposants et identifier avec précision les personnes et les organismes importants, les surveiller, les isoler puis les contester. » [4]. L'industrie du tabac déploie des efforts de grande ampleur pour empêcher l'adoption de toute décision formelle en faveur de la lutte antitabac, que ce soit au niveau gouvernemental, régional ou international. Elle atteint de tels objectifs en tissant de solides alliances avec des monopoles nationaux du tabac et des entités influentes au cœur des gouvernements et en faisant appel à des personnalités politiques de renom comme sources d'information et appui pour ébranler les décisions officielles.

Dans les pays de la Région de la Méditerranée orientale, l'industrie du tabac a créé des organes chargés de sonder les décisions formelles concernant la lutte antitabac avant leur adoption et de surveiller toutes les entités actives dans la lutte antitabac, notamment le Conseil de Coopération du Golfe, la Ligue des États arabes, l'Organisation mondiale de la Santé, l'Union internationale contre le Cancer et des organismes nationaux de lutte antitabac, afin de saper ou d'affaiblir les décisions de lutte que ces entités pourraient adopter [4].

En déclarant de manière révélatrice que « dans [...] certains pays membres, [elle a] établi un réseau à grande échelle de sources d'information et de ressources utiles pour faire pression sur les personnalités officielles clés », Philip Morris confirme son pouvoir et sa capacité à exercer une pression dans certains pays de la Région [5].

Actions destinées à saper les lois visant à augmenter la fiscalité sur le tabac

L'augmentation des taxes sur les produits du tabac est une des mesures les plus efficaces pour réduire la consommation de tabac, en particulier auprès des jeunes. En 1982 et 1983, l'industrie du tabac s'est alarmée lorsque des taxes sur les produits du tabac ont augmenté dans certains pays dans le monde, poussant 2 millions de personnes à cesser de consommer du tabac et écartant 600 000 adolescents du marché des produits du tabac. L'industrie du tabac a été très attentive à ne pas laisser cette situation se reproduire [6].

Des documents internes à Philip Morris ont révélé l'empressement de l'industrie du tabac à éviter les augmentations de taxes. Des personnalités officielles de l'entreprise ont d'ailleurs clairement déclaré : « parmi toutes les préoccupations, celle des taxes suscite notre plus vive inquiétude. Si les restrictions sur la commercialisation et les dispositions contre la consommation de tabac dans les lieux publics et le tabagisme passif réduisent effectivement le volume, notre expérience nous permet d'affirmer que les taxes infligent une baisse bien plus drastique. Notre préoccupation concernant les taxes est, par conséquent, centrale dans notre réflexion sur le tabagisme et la santé. » [7]

L'industrie du tabac s'est efforcée de convaincre les gouvernements que l'augmentation de la fiscalité conduirait à augmenter les prix des produits du tabac et par conséquent à l'accroissement de la contrebande transfrontalière et du commerce illicite. Elle a activement cherché à mettre fin à toutes les propositions et les lois liées à l'augmentation de la fiscalité sur les produits du tabac dans le monde entier. Dans certains pays, l'industrie du tabac a fait pression sur le ministre des Finances, le persuadant de repousser l'augmentation des taxes sur les produits du tabac *sine die*. Elle a aussi bloqué l'augmentation de la fiscalité sur les produits du tabac dans ces pays en soutenant l'opposition [8].

Opposition aux interdictions de fumer dans les lieux publics

L'industrie du tabac a reconnu depuis longtemps que les preuves scientifiques des dangers pour la santé de

l'exposition au tabagisme passif pourraient menacer son avenir financier si les gouvernements utilisaient ces preuves pour mobiliser la volonté politique en faveur de l'interdiction de la consommation de produits du tabac dans les lieux publics [5]. Une étude confidentielle préparée par *l'American Tobacco Institute* à la fin des années 1970 précisait : « Ce que le fumeur s'inflige à lui-même est son affaire, mais ce que le fumeur impose au non-fumeur en est une autre... Ce point de vue nous semble être la menace la plus sérieuse jamais proférée contre la viabilité de l'industrie du tabac » [5].

L'industrie du tabac a adopté plusieurs approches pour tenter de minimiser l'impact sanitaire de l'exposition au tabagisme passif et contourner les interdictions de fumer dans les lieux publics. Elle a lancé une campagne médiatique pour saper et discréditer une étude internationale sur les dangers sanitaires associés à l'exposition au tabagisme passif. L'industrie a également combattu la législation interdisant la consommation de produits du tabac dans les lieux publics en suggérant que des zones soient aménagées pour les fumeurs. En outre, elle a participé à la rédaction du projet de loi pour la lutte antitabac, a introduit l'idée d'une application progressive de la législation interdisant de fumer dans les lieux publics et a surveillé étroitement les conférences scientifiques sur le tabagisme passif avec l'intention de les saper et de persuader les participants d'abandonner leurs recommandations et leurs décisions en la matière.

Attaques contre les mises en garde sanitaires sur les paquets de tabac

L'industrie du tabac s'est vivement attaquée aux mesures visant à faire figurer des mises en garde sanitaires sur les paquets de tabac. Dans des documents internes aux entreprises, on pouvait lire : « Nous nous opposons fermement aux étiquettes de mise en garde sur les paquets de tabac pour plusieurs raisons : tout d'abord, des étiquettes de mise en garde peuvent impliquer de manière erronée qu'il a été scientifiquement établi que le tabac était responsable de maladies » [9].

Les mises en garde sanitaires illustrées sur les paquets de tabac entraînent une baisse du nombre de nouveaux jeunes consommateurs et une augmentation de la volonté de sevrage tabagique chez les consommateurs habituels. Les études ont montré que les mises en garde sanitaires illustrées renforçaient la sensibilité des consommateurs de tabac aux impacts économiques et sanitaires négatifs associés à la consommation de tabac.

L'industrie du tabac s'est défendue, avec beaucoup de vigueur, lorsqu'elle a compris la portée de la menace que représentaient les étiquettes de mise en garde sanitaire. Faire figurer des mises en garde sur les paquets de tabac correspondait à un aveu de la part de l'industrie du tabac sur la nocivité de ses produits. Dans les pays membres du Conseil de Coopération du Golfe, l'industrie a déployé des efforts considérables pour repousser la mise en œuvre de nouvelles mises en garde sanitaires sur les paquets de tabac. Elle a utilisé son influence auprès des décisionnaires et des médias pour distiller le doute sur la nécessité de mettre

en œuvre lesdites mises en garde sanitaires, sur les preuves médicales utilisées comme fondement et les violations que ces étiquettes imposaient à leur marque de fabrique.

Aujourd'hui, l'industrie du tabac oppose un front uni à la mise en œuvre des étiquettes sur les emballages et aux mises en garde sanitaires sur les paquets de tabac, par tous les moyens. Elle menace d'avoir recours à un procès devant la Cour de justice internationale et à d'autres actions pour arrêter de telles mesures. Elle a même affirmé qu'un lien existait entre l'accroissement des activités de contrebande et les mises en garde sanitaires sur les paquets de tabac, mais n'a pas été en mesure d'apporter les preuves de ses dires.

Soutien aux activités de contrebande

L'industrie du tabac tire avantage de la contrebande à plusieurs titres : la contrebande crée de nouveaux marchés, augmente la consommation, permet de se soustraire aux taxes, profite des différences de prix et augmente les profits. Elle utilise la menace de la contrebande afin d'exercer une pression sur les gouvernements pour soit réduire les taxes sur les produits du tabac, soit bloquer complètement leur augmentation.

La menace de la contrebande a été agitée pour éviter les barrières douanières ou pour forcer l'ouverture de nouveaux marchés. Pour l'industrie du tabac, la contrebande représente une méthode efficace pour vendre ses produits à des prix inférieurs aux marques locales, pour s'attaquer au monopole sur le marché local et pour augmenter sa part de marché.

Elle conspire à tous les niveaux pour appuyer des activités de contrebande organisées à grande échelle. Elle s'oppose à toutes les actions de lutte visant la contrebande et utilise des moyens indirects pour influencer sur les négociations portant sur les directives pour l'application des Articles de la Convention-cadre pour la lutte antitabac de l'Organisation mondiale de la Santé, notamment des initiatives et des accords spéciaux avec certains pays et gouvernements.

Des documents internes montrent que l'industrie du tabac a eu recours à tous les subterfuges pour lutter contre le monopole d'État en République islamique d'Iran. Elle encourage activement la contrebande de produits du tabac en République islamique d'Iran par l'intermédiaire de Chypre, Dubaï, le Pakistan et l'ex-Union soviétique. Puis, l'industrie du tabac a convaincu l'entreprise d'État que la vraie raison des activités de contrebande était l'augmentation de la fiscalité sur les produits du tabac, tout en sachant depuis le début que la seule raison expliquant la prolifération de telles activités était l'existence d'un plan d'actions structuré pour exploiter des zones exemptes de taxes en tant que couloir de contrebande pour les produits du tabac sur un prétexte juridique [10].

Manipulation et pression sur les médias

L'industrie du tabac a reconnu qu'elle devait garder la mainmise sur les médias pour noyer les propositions d'interdiction de la publicité en faveur du tabac. Les médias représentent un outil de communication vital pour l'industrie

L'industrie du tabac a imaginé une stratégie exhaustive pour traiter avec les médias au moyen de diverses techniques, et notamment :

- Placer des articles dans la presse, à intervalles réguliers, pour semer la confusion sur les dangers sanitaires de la consommation du tabac et pour inviter les gouvernements à résister à la législation pour la lutte antitabac.
- Lancer des campagnes médiatiques mondiales, régionales et nationales qui mettent en lumière des revendications fausses sur sa responsabilité sociale afin d'améliorer son image.
- Tisser des relations privilégiées avec des rédacteurs expérimentés, des journalistes et d'autres personnes dans l'édition pour faire dérailler les médias et s'éviter toute publicité négative.
- Préparer des sujets liés à des questions de commercialisation, de qualité des produits et à l'économie du tabac à confier à des écrivains et des journalistes en vue pour défendre ses intérêts et ses droits à la liberté d'entreprise.

du tabac lui permettant de toucher les décideurs et le public sur des questions liées à la consommation de tabac et à la santé.

En 1992, l'industrie du tabac a orchestré une campagne baptisée « la voix de la raison » impliquant des écrivains arabes renommés « pour écrire des articles en faveur de l'industrie sur des questions telles que les libertés de commercialisation, l'économie de l'industrie, la qualité des produits et la consommation de tabac dans les lieux publics, faisant l'objet d'un consensus de la part de l'industrie ». [4]

Actions visant à saper les interdictions de la publicité en faveur du tabac

L'industrie du tabac a validé l'importance de la publicité en tant qu'outil de communication. La publicité contribue à augmenter sa part de marché géographique et à maintenir sa position de leader du marché dans sa catégorie.

La lettre envoyée par Philip Morris au ministre égyptien de l'Industrie en 1994 qui comportait un chantage et des menaces compte parmi les documents les plus notoires révélant des tactiques de l'industrie pour contrer les interdictions de la publicité en faveur du tabac. Dans ce courrier, Phillip Morris avertit des risques qui pourraient se présenter si toutes les formes de publicité en faveur du tabac étaient interdites, en écrivant : [...] « Un grand nombre de publications égyptiennes quotidiennes, hebdomadaires et mensuelles seront confrontées à un avenir sombre, et pourraient même être contraintes de fermer si elles se

retrouvaient privées de telles sources importantes de revenus. Celles qui ne survivront pas devront composer avec des budgets extrêmement serrés. Les perspectives de pérennité d'une presse très dynamique en Égypte disparaîtront en l'absence de subventions gouvernementales pour compenser la perte de revenus issus de la publicité en faveur du tabac. » [3]

Promotion de la consommation du tabac auprès des jeunes

Pendant des années, l'industrie du tabac a clairement affirmé qu'elle était opposée à la consommation de tabac chez les jeunes, et qu'elle s'engageait sans réserve à réduire la consommation dans ce groupe en particulier. Dans la réalité, les jeunes représentent une « mine d'or » pour l'industrie du tabac ; 90 % des consommateurs réguliers commencent à fumer vers 18 ans ou avant de cet âge. Si un grand nombre de jeunes cessent leurs tentatives de consommation de tabac avant de devenir dépendants, l'industrie du tabac finira par n'avoir plus assez de clients assurant la pérennité de ses affaires [5].

Dans un document interne à RJ Reynolds, il est écrit en toutes lettres que « les jeunes adultes fumeurs ont représenté le facteur critique de la croissance et du déclin de toute marque importante et de toute entreprise au cours des 50 dernières années. [...] Si les jeunes adultes se détournent du tabagisme, l'industrie est vouée au déclin, tout comme une population sans naissances finit par disparaître. » [11]

La publicité étant à ce point essentielle pour l'expansion continue de l'industrie du tabac, cette dernière a recours à tous les moyens pour contrer les décisions et les lois interdisant la publicité en faveur du tabac. Parmi les exemples d'actions de ce type, on peut citer :

- Le blocage de l'adoption de lois interdisant la publicité en faveur du tabac dans certains pays dans le monde, notamment le Costa Rica, l'Équateur et le Venezuela.
- L'exercice de pressions politiques sur des agences de publicité et des maisons d'édition clés dans certains pays arabes pour contrer toute proposition d'interdiction de la publicité en faveur du tabac.
- Le lancement de campagnes bien pensées en collaboration avec des associations de publicité et des propriétaires de journaux pour bloquer les projets de lois interdisant la publicité en faveur du tabac.
- La formation de coalitions avec les bénéficiaires des autorisations et du budget publicitaire des entreprises du tabac pour défendre leur droit à commercialiser et promouvoir librement ses produits au moyen de publicités.
- La mise de l'accent sur le lien entre la publicité en faveur du tabac et les gains financiers, et la mise en évidence de la menace d'une stagnation économique si la publicité en faveur du tabac devait être interdite.
- La menace de retirer les publicités en faveur du tabac de certains médias refusant de coopérer au blocage des projets de lois visant à interdire la publicité en faveur du tabac.
- La création et le maintien d'un dialogue au cours duquel l'industrie du tabac accorde des concessions mineures, permettant de gagner encore un ou deux ans sur l'adoption d'une législation contraignante.

L'industrie du tabac dépense des sommes colossales dans des études psychologiques pour évaluer le comportement des jeunes vis-à-vis du tabac. Elle utilise les résultats de ces études pour orienter ses campagnes de publicité et de promotion de la commercialisation du tabac vers les jeunes en associant ses produits à une identité, une force de caractère, une certaine maturité et à l'idée de l'indépendance.

L'industrie du tabac continue à attirer les jeunes par différentes méthodes, notamment le parrainage d'équipes sportives et de compétitions, de courses automobiles, de films internationaux et de jeux vidéos mais aussi de concerts de musique et en s'efforçant de contrer les lois interdisant les activités de commercialisation et de vente des produits du tabac aux jeunes.

Remise en cause des décrets religieux interdisant la consommation de tabac

L'industrie du tabac est profondément préoccupée par l'impact des décrets religieux interdisant la consommation de tabac. Elle manœuvre avec habileté pour envelopper cette question de controverse et appuyer les chefs religieux s'opposant aux textes interdisant le tabagisme. L'industrie du tabac fait aussi des dons aux institutions religieuses afin d'améliorer son image aux yeux des chefs religieux. En 1989, Philip Morris a fait un don à une fondation religieuse caritative dans un des pays de la Région, ce qui a donné lieu à une large couverture médiatique [12]. De plus, l'industrie du tabac exploite les événements du calendrier religieux, comme le mois de Ramadan pour promouvoir des marques plus « légères » auprès des consommateurs décidés à arrêter la consommation de tabac pendant cette période et pour compromettre ce sevrage.

Avertissement concernant le chômage et la stagnation économique

Dans de nombreux pays, l'industrie du tabac exerce une pression sur le gouvernement au moyen de fausses revendications selon lesquelles l'économie nationale souffrirait si la culture du tabac et sa production étaient interdites localement. Elle agite le spectre d'une augmentation du chômage et de la perte d'une ressource vitale pour l'économie. Par conséquent, un certain nombre de pays dans la Région s'abstiennent d'adopter des mesures de lutte antitabac efficaces visant sa culture et sa production, de peur qu'un déclin dans la consommation de tabac conduise à des pertes d'emplois.

L'industrie du tabac manipule également les cultivateurs de tabac pour qu'ils exercent une pression visant les initiatives de lutte antitabac de l'OMS et avertit que de telles initiatives auraient un impact négatif sur les économies de pays cultivateurs de tabac. Des documents internes à l'industrie ont révélé qu'au milieu des années 1980, l'industrie du tabac « avait aidé les cultivateurs à s'organiser dans un certain nombre de pays. Avec leur aide par exemple, l'industrie a pu dissuader l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO) d'adopter une position antitabac. En fait, la FAO a effectué un virage à 180 degrés sur ce sujet[...] » [5]

Après la révolution égyptienne du 25 janvier 2011, l'industrie du tabac a capitalisé sur les troubles politiques et économiques que le pays devait affronter. Grâce à de fausses revendications à l'échelle nationale dans les médias, elle a concentré ses efforts pour tenter d'acquérir des terres égyptiennes pour la culture du tabac. Le Directeur régional de l'Organisation mondiale de la Santé pour la Méditerranée orientale a écrit aux principaux décideurs en Égypte au niveau gouvernemental, notamment au Premier ministre et au Chef du Conseil suprême des forces armées, aux ministres de la Santé, de l'Agriculture et des Finances, pour mettre en garde contre les graves conséquences auxquelles l'Égypte serait confrontée si des terres étaient accordées à l'industrie pour la culture du tabac. Dans ce courrier, le Directeur expliquait comment la culture du tabac nécessitait l'utilisation de pesticides dangereux et comment la qualité du sol chuterait. Il a aussi souligné comment d'autres pays d'Afrique œuvraient ensemble pour éliminer cette culture de leurs terres et comment ils trouvaient des méthodes permettant d'offrir des alternatives économiquement viables aux cultivateurs. Il a ajouté que la culture du tabac serait une violation directe des obligations internationales de l'Égypte en tant que Partie à la Convention-cadre pour la lutte antitabac de l'OMS. À l'appui, d'autres organisations internationales et partenaires de la lutte antitabac au niveau national ont lancé une campagne de sensibilisation en la matière dans les médias et les efforts conjoints ont permis l'adoption d'une interdiction officielle de la culture du tabac.

Mise en échec des stratégies et des tactiques de l'industrie du tabac

Des lois et des mesures strictes sont en cours d'adoption et de mise en œuvre dans des pays de la Région de la Méditerranée orientale visant à :

- augmenter les taxes sur les produits du tabac locaux et importés
- interdire toute forme de publicité en faveur du tabac, la promotion et le parrainage
- faire figurer des mises en garde sanitaires sur les paquets de tabac
- offrir des alternatives économiques viables aux personnes travaillant dans la culture du tabac et sa production
- mettre en œuvre et diffuser des décrets religieux interdisant la consommation de tabac.

Les pays, les gouvernements, les décideurs et la société civile doivent continuer à :

- rejeter toutes les revendications ayant trait aux initiatives de responsabilité sociale des entreprises par l'industrie du tabac et s'abstenir de collaborer avec elle pour l'élaboration des politiques de lutte antitabac ;
- lancer des campagnes médiatiques à grande échelle pour révéler les tactiques et les pratiques de l'industrie du tabac ;
- régler les activités de l'industrie du tabac au moyen d'un arsenal législatif national qui soit performant ;

- appliquer dans leur ensemble les directives pour l'application de l'Article 5.3 de la Convention-cadre pour la lutte antitabac de l'OMS ;
- surveiller, contrer et documenter les pratiques de l'industrie du tabac dans les domaines suivants :
 - la réglementation des produits à base de tabac, notamment l'utilisation des mises en garde sanitaires
 - les politiques concernant les lieux publics non fumeurs
 - les activités en milieu scolaire
 - les événements sportifs
 - les formes directes et indirectes de publicité, en particulier dans les films et les fictions télévisées
 - Les activités de l'agriculture notamment l'expansion.

Les directives pour l'application de l'Article 5.3 de la Convention-cadre pour la lutte antitabac de l'OMS sont la plateforme, et comprennent un ensemble de recommandations clairement définies pour s'attaquer à l'ingérence de l'industrie du tabac dans les politiques de santé publique.

1. Mieux sensibiliser à la nocivité des produits du tabac et au fait qu'ils créent une dépendance ainsi qu'à l'ingérence de l'industrie du tabac dans les politiques de lutte antitabac des Parties.
2. Adopter des mesures pour limiter les interactions avec l'industrie du tabac et garantir la transparence de celles qui ont lieu.
3. Refuser les partenariats ainsi que les accords non contraignants ou sans force exécutoire avec l'industrie du tabac.
4. Éviter les conflits d'intérêts chez les responsables officiels ou les employés de l'État qui pourraient avoir un contact direct ou indirect avec l'industrie du tabac.
5. Exiger la transparence et l'exactitude des informations fournies par l'industrie du tabac.
6. Dénormer et, dans la mesure du possible, réglementer les activités décrites comme « socialement responsables » par l'industrie du tabac, notamment mais pas exclusivement les activités décrites comme « responsabilité sociale des entreprises ».
7. Ne pas accorder de traitement préférentiel à l'industrie du tabac.
8. Traiter l'industrie publique du tabac comme toute industrie du tabac.

Références bibliographiques

1. Aide-mémoire n° 339, Genève, Organisation mondiale de la Santé, 2005 (<http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs339/fr/index.html>, consulté le 12 mars 2012).
2. A review of the global tobacco industry. Top Foreign Stocks, November 2012 (<http://topforeignstocks.com/2010/11/14/a-review-of-the-global-tobacco-industry/>, accessed 12 March 2012).
3. *The tobacco industry's tactics and plans to undermine control efforts in Egypt and North Africa*. Second edition. Cairo, WHO Regional Office for the Eastern Mediterranean, 2008.
4. *Voice of truth, volume 1: multinational tobacco industry activity in the Middle East: a review of internal industry documents*. Cairo, WHO Regional Office for the Eastern Mediterranean, 2001.
5. Hammond R, Rowell A. *Trust us. We're the tobacco industry*. Baltimore, Johns Hopkins University Press, 2001.
6. *The tobacco industry documents: What they are, what they tell us and how to search them*. Cairo, WHO Regional Office for the Eastern Mediterranean, 2002.
7. The perspective of Philip Morris International on smoking and health issues (text of a discussion document used at a meeting of top management). 29 March 1985, Bates number 2023268329-49.
8. Philip Morris draft corporate affairs plan. 25 November 1987, Bates number 2501254715-23.
9. Thomas H, Gagliardi J. The cigarette papers: a strategy of manipulation. *South China Morning Post*, 19 January 1999.
10. *The cigarette "transit" road to the Islamic Republic of Iran and Iraq: illicit tobacco trade in the Middle East*. Second edition. Cairo, WHO Regional Office for the Eastern Mediterranean, 2008.
11. Burrows D. *Strategic research report: young adult smokers – strategies and opportunities*. RJ Reynolds Marketing Research, 29 February 1984, Bates number 501431519-10.
12. *Voice of truth, volume 2: Multinational tobacco industry activity in the Middle East: A review of internal industry documents*. Cairo, WHO Regional Office for the Eastern Mediterranean, 2001.

© Organisation mondiale de la Santé 2012. Tous droits réservés.

Les appellations employées dans la présente publication et la présentation des données qui y figurent n'impliquent de la part de l'Organisation mondiale de la Santé aucune prise de position quant au statut juridique des pays, territoires, villes ou zones, ou de leurs autorités, ni quant au tracé de leurs frontières ou limites. Les lignes en pointillé sur les cartes représentent des frontières approximatives dont le tracé peut ne pas avoir fait l'objet d'un accord définitif.

La mention de firmes et de produits commerciaux n'implique pas que ces firmes et ces produits commerciaux sont agréés ou recommandés par l'Organisation mondiale de la Santé, de préférence à d'autres de nature analogue. Sauf erreur ou omission, une majuscule initiale indique qu'il s'agit d'un nom déposé.

L'Organisation mondiale de la Santé a pris toutes les dispositions voulues pour vérifier les informations contenues dans la présente publication. Toutefois, le matériel publié est diffusé sans aucune garantie, expresse ou implicite. La responsabilité de l'interprétation et de l'utilisation dudit matériel incombe au lecteur. En aucun cas, l'Organisation mondiale de la Santé ne saurait être tenue responsable des préjudices subis du fait de son utilisation.