



Conclusion et recommandations

Pour faciliter l'application de l'article 5.3, des lignes directrices ont été élaborées et adoptées lors de la Conférence des Parties de la CCLAT en 2008. Ces lignes directrices posent notamment le principe qu'il existe un **conflit fondamental et inconciliable entre les intérêts de l'industrie du tabac et ceux de la santé publique**.



Pour adopter des dispositions concrètes concernant la protection des politiques de santé à l'égard de l'interférence de l'industrie du tabac en France, le CNCT a élaboré un guide à destination de l'ensemble des responsables politiques et administratifs mais aussi des responsables d'organismes bénéficiant de fonds publics.

La mise en œuvre de l'article 5.3 de la Convention-Cadre constitue la pierre angulaire dans toute stratégie de lutte contre le tabagisme, car elle assure l'adoption et la mise en œuvre des mesures efficaces pour lutter contre ce fléau.

Recommandations pour l'application de l'article 5.3 :

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. Rejeter 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 politiques et publics et employés ;
5. Exiger la transparence et l'exactitude des informations fournies par l'industrie du tabac ;
6. Dénormaliser et 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.

1. Suivi régulier des pratiques des fabricants, des contournements et du non-respect de l'article 5.3

2. Mise en œuvre et suivi des politiques de protection à l'égard de l'ingérence de l'industrie du tabac

3. Diffusion des résultats

A propos du CNCT

Le Comité National Contre le Tabagisme est la première association qui s'engage et agit pour la prévention et la protection des personnes face aux méfaits du tabac et aux pratiques de son industrie. En France, le tabagisme reste la première cause de mortalité prématurée et évitable. Pour lutter contre ce fléau, le CNCT mène à la fois des actions de prévention afin de sensibiliser sur ces dangers et des actions de plaidoyer pour faire adopter et respecter des mesures de protection efficaces. Le CNCT est membre de l'Alliance Contre le Tabac.



68, boulevard Saint-Michel • 75006 Paris • France
Tél. : +33 (0) 1 55 78 85 10
Courriel : cnct@cnct.fr • www.cnct.fr



L'ingérence de l'industrie du tabac : quelle réalité en France ?

Chaque année, plus de 70 000 Français meurent prématurément à cause du tabac. Le tabac tue et coûte cher à la collectivité. Il est essentiel aujourd'hui de réduire sa consommation qui demeure élevée dans notre pays en particulier chez les jeunes.

Parmi les raisons qui expliquent l'importance de la consommation de tabac dans un pays figure l'ingérence de l'industrie du tabac et de ses alliés dans la définition et la mise en œuvre des politiques publiques.

Cette ingérence vise en effet à empêcher l'adoption des mesures efficaces, à en retarder ou à en saper l'application.

Aussi la France, lors de négociations internationales dans le cadre du traité de santé publique de l'OMS, la Convention-Cadre pour la Lutte Antitabac, a-t-elle fortement soutenu l'adoption de mesures susceptibles de se protéger de ces pratiques.

Le Comité National Contre le Tabagisme, avec le soutien financier de l'Institut National du Cancer, s'est efforcé de dresser un état des lieux des pratiques d'interférence de l'industrie du tabac en France. Les modalités adoptées peuvent être de nature multiple et il importe de pouvoir clairement les identifier pour mieux s'en préserver.

Ce travail de recueil et d'investigation souligne l'importance de l'engagement de la société civile dans la réduction de la consommation de tabac. Il importe en effet que l'ensemble de la société se mobilise pour lutter avec détermination contre ce fléau.



Professeur Yves Martinet
Président du CNCT

Qu'est-ce que l'ingérence de l'industrie du tabac ?

L'ingérence de l'industrie du tabac fait référence aux tactiques et stratégies utilisées directement ou indirectement par l'industrie du tabac pour interférer dans les politiques de santé publique, anéantir les efforts de la lutte antitabac et s'opposer aux mesures allant à l'encontre de ses intérêts financiers. L'objectif de ces tactiques est d'influencer les responsables politiques, les consommateurs, les leaders d'opinion et le grand public.

Ces pratiques sont très larges allant jusqu'à l'intimidation des pays via des procédures judiciaires. Dans la plupart des cas, les agissements ne sont pas visibles car l'optique est d'influencer la décision au travers de mesures permettant de faire apparaître l'industrie comme respectable, crédible, « constructive », et de s'imposer comme un interlocuteur incontournable.

Mai 2013

L'industrie du tabac n'est pas une industrie comme les autres : c'est la seule dont les produits tuent la moitié de ses consommateurs. Une autre des particularités de ce secteur réside dans la puissance majeure de son lobby. L'ampleur de ce lobby résulte du caractère exceptionnel des profits tirés de la vente des produits du tabac.

La France n'est pas épargnée par le problème de l'influence des cigarettiers : des preuves tangibles et accablantes témoignent des efforts déployés par l'industrie du tabac pour **entraver, retarder, bloquer et empêcher l'adoption de politiques efficaces** de contrôle du tabac.

Adoptée en 2003, la Convention-Cadre de Lutte Anti-Tabac (CCLAT) de l'Organisation mondiale de la Santé est le premier traité international de santé publique destiné à endiguer le fléau du tabagisme. Ce traité a été ratifié par la France en 2004 et compte aujourd'hui près de 180 Parties dans le monde. Parmi les mesures, figure l'article 5.3 relatif à la protection des politiques de santé publique en matière de lutte antitabac.

L'article 5.3 de la CCLAT dispose que, dans le cadre de la définition et de la mise en œuvre de politiques de santé publique, les Etats doivent « veiller à ce que ces politiques ne soient pas influencées par les intérêts commerciaux et autres de l'industrie du tabac, conformément à la législation nationale ». Les Etats qui ont ratifié ce traité, en particulier la France, ont l'obligation juridique de respecter cette mesure et de transposer cette règle dans leur droit interne.

Afin de faire un état des lieux des pratiques d'interférence de l'industrie du tabac dans notre pays, différents observatoires et investigations ont été réalisés par le Comité National Contre le Tabagisme, avec le soutien financier de l'Institut National du Cancer.

Des pratiques d'ingérence ancrées depuis des décennies dans l'activité des fabricants

L'étude des documents internes de l'industrie du tabac, rendus publics par décision de justice, montre que les cigarettiers ont mis en place depuis de nombreuses années des stratégies d'ingérence organisées au niveau mondial et adaptées au contexte local. Tel est par exemple le cas de cette stratégie d'interférence définie par le fabricant Philip Morris au moment de l'adoption de la Loi Evin pour contrer les mesures de lutte contre le tabagisme en France ou encore les démarches entreprises par le fabricant British American Tobacco dès les années 1990 auprès des autorités publiques françaises du Ministère de l'Economie pour peser dans la politique fiscale du pays. Ces démarches trouvent leur aboutissement encore aujourd'hui.

NOTE STRICTEMENT CONFIDENTIELLE DE LOBBY A L'ATTENTION DE BRITISH AMERICAN TOBACCO (BAT) FRANCE

« Cette note liste les personnes les plus importantes avec lesquelles il conviendra d'entrer en contact en France à propos de la question des taxes sur le tabac. (...) Une campagne de lobby cohérente implique que le message de BAT doit être clair et que les contacts pris doivent être suivis dans le temps et se faire au travers d'invitations à des événements, dîners, etc. »

« Cibles/contacts directs :

- Ministre du Budget : M. Nicolas Sarkozy
- Direction Générale des Impôts : M. Gilbert Dulac
- Assemblée Nationale : M. Bernard Debré, M. Bernard Pons, etc.

Contacts indirects :

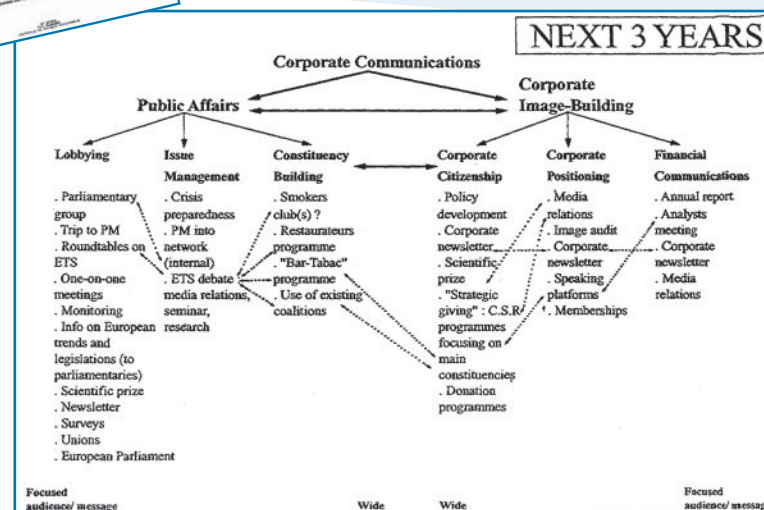
Cabinet de M. Sarkozy
- M. Brice Hortefeux, Chef de Cabinet
- M. Frédéric Lefebvre, Assistant parlementaire
Cabinet de M. Edmond Alphandery :
- M. Nicolas Jachiet, Inspecteur des Finances (...) utile pour la question de la privatisation de la SEITA et possible recrutement chez BAT France ».

Note for Bat on Lobbying in France - Market Access Europe SA (1993) - Strictly confidential N° Bates - 502648738-502648744

PROPOSITIONS PRELIMINAIRES POUR UN PROGRAMME DE COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE

« Philip Morris France a eu, au cours de la dernière année, à livrer une bataille particulièrement difficile contre une tendance relativement nouvelle en France, certainement la loi Evin, une des lois anti-tabac les plus drastiques en Europe. (...) Dans ce contexte, Philip Morris France a lancé une série d'actions et programmes d'affaires publiques incluant du lobbying et la constitution de groupes de soutien (...) ». « Objectif : Faire passer nos points de vue de manière discrète et crédible et développer des actions continues dans le temps afin de défendre nos intérêts sans que le nom de Philip Morris apparaisse. »

Ruder& Finn Preliminary Proposal for A Corporate Affairs Programme Philip Morris France (1991) N° Bates - 2800120377/0438
Ruder& Finn, Preliminary three-year corporate communications plan - Philip Morris France (1991) N° Bates - 2800120306/0324



Plan de communication de Philip Morris pour les 3 prochaines années en France



Techniques et stratégies actuelles de l'industrie du tabac en France

Ce schéma résume l'ampleur et l'étendue des stratégies déployées par les cigarettiers et leurs alliés, en particulier les buralistes, pour faire pression sur le législateur en France.



Au centre du schéma, le responsable politique est influencé dans ses actions et décisions par les « contacts directs », mais aussi par une désinformation largement véhiculée. De plus, les démarches des fabricants de tabac visant à leur conférer une image de respectabilité, aux antipodes de leurs agissements réels, peuvent également induire en erreur ces responsables des autorités publiques.

* laboratoire d'idées.