



توصيات تحالف دعم الاتفاقية الإطارية:

تعليمات البند 13 من الاتفاقية الإطارية (الإعلان عن التبغ و الترويج له و رعايته) و
البروتوكول على الإعلان عبر الحدود للتبغ و الترويج و رعايته

الجلسة الثانية لمؤتمر أطراف اتفاقية منظمة الصحة العالمية الإطارية لمكافحة التبغ

30/يونيو/حزيران -6 يوليو /تموز 2007م با نكوك,تايلاند

www.fctc.org

التوصيات

1. الجلسة الثانية لمؤتمر الأطراف يجب أن تُقرّر على الفور لتطوير التعليمات على البند 13، يتضمن ذلك كلا الحالتين سواء داخل البلد أو عبر الحدود، وذلك لمساعدة الأطراف في إنجاز التزاماتهم بالبند 13 خلال الفترة الزمنية المذكورة في نهاية المقال.
2. المفاوضات على البروتوكول على الإعلان عبر الحدود للتبغ و الترويج و رعايته يجب أن توجّل إلى حين وضوح تطوير التعليمات والتي سيتضمنها البروتوكول والتي تتعامل بشكل أفضل مع التعليمات.

خلفية:

جاء في البند الثامن من الاتفاقية الاطارية لمكافحة التبغ، أن الأطراف التي وقعت على الاتفاقية وافقت على ان " الحظر الشامل المفروض على اعلانات وترويج ورعاية منتجات التبغ تقلل استخدامه وتعاطيه بشكل ملحوظ". ان التمهيد لهذه الاتفاقية يمثل ما يهم هذه الأطراف فعلا في تأثير الاعلانات والترغيب في تشجيع وترويج استعمال منتجات التبغ".

وتبعاً لذلك وافقت تلك الأطراف على أن تتخذ " خطة حظر شامل على كل انواع اعلانات وطرق ترويج منتجات التبغ" (البند 13.2) او في حالة كون تلك الأطراف في موقع يمكنها من ان تتخذ حظرا شاملا على كل انواع اعلانات التبغ بسبب مكانتها السياسية او موقعها الدستوري" لتوفر "مجالا اضيق على كل انواع اعلانات وطرق ترويج التبغ" (البند 13.3). هذه الالتزامات تفرض على الاعلانات ضمن الاقليم الواحد، طرق الترويج، كفالة اي منتج من منتجات التبغ و "كذلك يخضع لها قانون تلك المنطقة وتتوفر لها الامكانيات اللازمة" للحد من تلك الاعلانات وطرق الترويج على صعيد البلد فيما بعد. خطة الحظر الشامل مطلوبة ان تكون تحت التطبيق خلال خمسة سنوات بعد دخول القوة التي تخول تلك الأطراف ضمن صلاحياتها.

البند 13.4 ايضا تضمن معدل ادنى للالتزامات والتي شملت:

- "منع وتحريم كل اعلانات وطرق ترويج وكفالة منتجات التبغ التي تضلل وتقود الناس الى افكار كاذبة وخادعة عن صفاتها وتأثيراتها الصحية واطار انتشارها".
 - "يجب ان تكون هناك تحذيرات ورسائل صحية ترافق وتوازي انتشار اعلانات التبغ وطرق ترويجه".
 - تحديد وتضييق نطاق طرق التحفيز المباشرة وغير المباشرة التي تشجع الناس على استهلاك التبغ".
 - في غياب الحظر الجدي والشامل " تكون عملية الصرف التي تتخذها بعض الجهات المسؤولة عن صناعة التبغ على اعلانات التبغ وكفالاته وتبني ترويجه غير مفضوحة وغير معلومة".
 - " منع وفي حالة عدم المنع لكون الطرف الفلاني في موقع لايسمح له بالمنع بشكل كاف وانما تحديد دعايات واعلانات التبغ لاغراض الاستعمال العام تكون هذه هي فعالياته ونشاطاته الواجبة عليه".
- العبارة " اعلانات التبغ وطرق ترويجه" و "كفالة منتجات التبغ" تعرف بشكل واسع في البند الثامن من الاتفاقية. " اعلانات التبغ والترويج له" وفسرتها الاتفاقية على انها "اي وجه او اتصال تجاري، او تزكية او فعل يهدف الى التأثير على ترويج منتجات التبغ واستعماله بشكل مباشر او غير مباشر". "كفالة التبغ" تعرف على انها " اي تبرع او هبة او حدث او فعالية او عمل فردي يهدف الى ترويج اي منتج من منتجات التبغ واستعماله بصورة مباشرة او غير مباشرة".

الحاجة الى خطوط عامة للبند 13 من باب الاولوية:-

البند 13 هو باب احتياطي ذو قاعدة قوية، ولكن هو عام بعض الشيء فعلى سبيل المثال هو لايدرج كل انواع الاعلانات والترويج وكفالة منتجات التبغ التي ترتبط بصناعة التبغ. وهو لا يعرف كل انواع التداخلات والموجودات التي تخص الشركات الاخرى والافراد المرتبطة بطرق تسهيل ترويج منتجات التبغ. تحت ضوء البند 13 وعموميته، فان الاحزاب ستستفيد بشكل ملحوظ من هذه الخطوط لو كانت مفصلة اكثر لانها ستساعدنا في غرض طرق التحريم المختلفة دون قيد تحت ضوءها. وهذا ما ميزته الفقرة 7 التي تطلبت مؤتمرا للأطراف COP لوضع خطوط اكثر تفصيلا من اجل تطبيقها" تحت ضوء البند 13.

الخطوط العامة في البند 13 يجب ان تتعامل مع كل من الاقليم وخارج حدوده في وقت واحد والذي يشمل الاعلانات داخل وخارج الاقليم والترويج وكفالة المنتجات. الأطراف والمؤسسات يجب ان تفرض تلك الارتباطات المزعومة لكل من تستدعي الحاجة اليه من الجهتين. وفي اي حال.. مع تطور التكنولوجيا فمن الصعب الفصل بين داخل البلد وخارجه وخصوصا في مجال الاعلان والترويج الذي اتخذ عدة اوجه. فمثلا محتويات الانترنت التي يتم تحميلها باستمرار من داخل الاقليم من مؤسسة معينة يتم تبادلها وانتقالها في ثواني الى خارج البلد او الاقليم وكذلك الاعلانات في الصحف والقنوات الرياضية والمصاحب للاحداث الرياضية المختلفة ممن يتابعونها سواء على التلفزيون او الانترنت. ولهذا يجب ان تتخذ تلك الوسائل طريقها لتستعملها المنظمات للسيطرة على انتقال الاعلانات وطرق الترويج بين الاقليم عبر تلك القنوات والمنافذ والتي تكون عادة اعلانات مباشرة.

ان يتطور تلك الخطوط العامة في البند 13 يجب ان ياخذ الاولوية في مؤتمر الأطراف مما يشكل الرابط القوي بين الاعلان عن منتوجات التبغ والترويج لها وبين استهلاك التبغ من قبل الافراد والخطة الخمسية المعدة من قبل البند 13 للسيطرة على التدخين من قبل تلك الأطراف والمنظمات الدولية. عدد من تلك المنظمات تحتاج الى استجابة الناس الى قوانينهم تحت اطار البند 13 بحلول شباط 2010 مما يعني ان الخطوط العامة والاساسيات التي جاء بها البند 13 يجب ان يتم تبنيها والعمل بها في الدورة الثالثة من المؤتمر ليكون بالامكان مساعدة تلك المنظمات و الأطراف الدولية من تطبيق الاتفاقية فعلا.

ما هي تلك الخطوط العامة؟

1- انواع الاعلانات وطرق الترويج وكفالة المنتجات التي يجب ان تؤخذ بنظر الاعتبار عند تطبيق الحظر.

من الضروري ان تكون المقاييس التي تتبناها تلك الأطراف او المنظمات تحت البند 13 تشمل كل انواع الاعلانات التبغ والترويج له والجهات التي تكفله. عندما تكون طرق الحظر غير شاملة ستتجه شركات تصنيع التبغ الى مناطق غير مسيطر عليها وعلى هذا فيمكن لتلك المنظمات ان تعد لائحة بطرق الاعلان التي تنتشر في عصرنا هذا ليكون من السهل فرض القانون عليها. مثل هذه اللائحة تكون مفيدة كونها تتضمن ما توصلت اليه التكنولوجيا الحديثة من اساليب التسويق. التشريعات التي تعاملت مع اعلانات التدخين وطرق ترويجه وكفالاته وما يتبعها من امور الترغيب والاجبار اللامحسوس للاشخاص لكي يستعملوه تتماشى بخصى واثقة مع تقدم التكنولوجيا وتطورها واساليب التسويق التي تغيرت مع تغيرات العصر الحديث وبالرغم من ذلك فانه يمكن السيطرة على تلك الطرق والاساليب مهما تفرعت ويمكن فرض التشريعات عليها.

الخطوط والاساسيات التي جاءت في البند 13 ممكن ان توفر جزء من هذه اللائحة وما توفره يشمل المتعارف عليه وما اوجدته التقنيات الحديثة في السوق العصري وربما حتى ترجح ما سيكون اليه مال السوق في المستقبل وتشمل هذه اللائحة: المطبوعات: التلفاز: الستالايت: الرايديو: الملصقات: الانترنت (بنوعيه التصفح والايمل) :الموبايل: عروض المنتجات بشكا منافذ فردية: الترويج لنماذج مجانية وبيعها: البيع بطرق التحفيز مثل البيع بطرق الكوبونات والخصم: البريد العادي: السوق الفيروسي: الاعلان عن طريق الافلام: العاب الفيديو: المسارح والمعارض: الاعلانات على الملابس: البيع عن طريق الفرض مع الماركات التجارية: تبني الاحداث والمؤتمرات والاعلان عنها: الجوائز: الاشخاص المتكفلين: المؤسسات المتكفلة: المسؤولية الاجتماعية التي تتبناها شركات التبغ.

ان تمييز كل هذه الانواع من طرق الدعاية والاعلان والترويج يمكن ان يساعد ليس فقط على تمهيد الطريق نحو تشريع صحيح وصائب وفعال وانما يؤمن انهم يراقبون طرق ووسائل اغراء الناس واجبارهم وبالتالي يستطيعون هم فرض القانون عليهم.

ما سبق ذكره ليس لان طرق الاعلان والترويج والكفالة تحتاج الى تغطية من قبل القانون فحسب وليست هي طريقة تغطية دون فرض عقاب على مخالفي تلك التشريعات وانما يجب على الأطراف ان تدرك انها مجبرة على تبني تلك اللائحة من باب ان القانون يجب ان يفرض ويطبق وليس من باب التغطية فقط ليأتي بالنتائج.

2- المجتمعات الداخلية:

التي يجب تغطيتها وتبنيها من قبل تلك الأطراف لمراقبتها. من الضروري ان تشمل تلك المجتمعات بالبند 13 التي تربط اعلانات التبغ والترويج له وكفالاته من قبل الاشخاص والمؤسسات بفرض الخصم مقابل التسويق والاعلان عنه وبين استهلاك التبغ من قبل الاشخاص.

مرة اخرى ان تلك المؤسسات يجب عليها ان تسيطر على تلك اللائحة من منطلق انها ليست متعلقة بصناعة التبغ فقط وانما على الصناعة والتصدير وبناعي المفرد والبيع الالكتروني عن طريق التلفزيون والانترنت والموبايل وهكذا.

3- كيف تتم تغطية كل المداخلات التي تخص الموضوع:
الخطوط العامة تعطي الأطراف المشتركة في الاتفاقية الخطوات عن كيفية تعامل المجتمعات مع طرق الاعلان والترويج وقد تكون هذه المجتمعات غير مدركة لطبيعة هذه الوسائل ولكنها توفر قاعدة واساس جيد لها هذه النوعية من المجتمعات يجب ان تعرف كيف تتعامل مع الوسائل وكيفية محاربتها والامتناع عنها، مثلا قد يبدو من غير المعقول ان يكون مسؤولو خدمة الانترنت قادرين على مراقبة كل محتوياته التي هي من السهل الدخول اليها بينما من المعقول والمنطقي اغلاق موقع يلاحظ انه يسهل او يلمح الى تجارة وترويج التبغ.

4- العقوبات:
تلك الخطوط العامة تعطي الاطراف المشاركة الدليل لاستعمال العقوبات - مثلا الحاجة الى توفير جوائز كافية تستخدم كرادع لصناعة التبغ وامكانية توفير عقوبات بديلة مثل الغاء العقود من اجل ادارة وتمويل الاعمال باتجاهها الصحيح.

5- التحذيرات الصحية والرسائل التحذيرية الاخرى:
اينما وكيفما كانت صيغة الاعلان والترويج وكفالة منتجات التبغ محظورة مثلا في مجموعة مشتركة في المؤتمر كطرف والتي تمنعها الاعتبارات الدستورية من اجراء حظر شامل او في اي مجال معلومات حقيقية صرفة تتوفر عن اي مكان متواجد لبيع منتجات التبغ فان الخطوط العامة هنا توفر لتلك الأطراف الادلة عن حجم تلك الحالة ومحتواها ومعلومات تتحول بشكل رسائل متعلقة بالصحة وتأثير التبغ عليها .

6- الاعلانات الكاذبة والمضللة:-
الادلة تعين تلك الأطراف في فهم ما الذي تحويه الاعلانات الكاذبة والمضللة في الترويج للبضاعة او تلك الاعلانات التي تترك انطباعا خاطئا عن المنتج او البضاعة من ناحية تأثيره على الصحة خطره وامتداداته مما يؤدي الى حظره.

7- المعلومات الخاصة بالنفقات:
تلك الادلة تعطي الأطراف معلومات كافية عن النفقات التي تنفق على اعلانات التبغ والترويج له والجهات التي تتكفلها ومقدار تلك الكفالة او الهبة التي يجب ان تجمع من اجل صناعة التبغ وكيف تتصل تلك الجهات بالمجتمع.

8- التعاملات والاتصالات الدولية:-
الادلة والخطوط العامة تعطي خطوط انطلاق في طريق الاحزاب لتتخ 1 المقاييس الصحيحة للتعاون المشترك ضد عمليات الاعلان والترويج وكفالة منتجات التبغ وخصوصا على صعيد البلدان المجاورة اذا ما اخذنا بنظر الاعتبار ان الاعلانات في العصر الحديث تعبر الحدود بسهولة وهذا ما وضحته الفقرة 19 (المسؤولية القانونية)، الفقرة 20 (البحث، والتقصي وتبادل المعلومات)، الفقرة 21 (التقارير وتبادل المعلومات)، الفقرة 22 (التعاون بين المناطق وتبادل الخبرات العلمية والقانونية والتقنية) هذا ما مذكور في المقطع 20 من تقرير المجموعات ذات الخبرة.

9- دور السكرتارية:
الخطوط العامة والادلة يمكن ان توفر طريقا ذو اهمية تجعل السكرتارية تلعب دورا في مساعدة الأطراف المشتركة في الاتفاقية في تطبيق الفقرة 13 وتسريع وتسهيل التعاون الدولي.

الحاجة الى تطوير خطة عمل للفقرة 13 قبل بداية التفاوض حول بروتوكول الاعلانات والترويج و الدعم المالي عبر الحدود:-

الفقرة 13.8 تتطلب من الأطراف المتفقة لان تأخذ بعين الاعتبار بأن البروتوكول الموضوع يدرج المقاييس المطلوبة من اجل الموازنة الدولية المطلوبة للتوصل الى قانون منع عام للاعلان والترويج عبر الحدود. المجموعة الخيرة قررت في مؤتمر الاحزاب المشتركة ان تضع خطة عامة للبروتوكول يمنع الاعلان والترويج عبر الحدود ونتج عنها التقرير [A/FCTC/COP/2/10].

تقرير مجموعة الخبراء مفيد جدا من ناحية تثبيته للعناصر المهمة التي يجب ان يحتويها البروتوكول المذكور ويشمل التعامل مع تمييز نقاط الاتصال مع الأطراف ومشاركة المعلومات المستحصل عليها وكذلك الاساليب

العلمية والتقنية والتعاملات المالية والتجريات التي تاخذ طابعها القانوني. ان ممارسة السلطة القضائية لدورها من ناحية تمييز الخطأ والضغط على الاطراف المخالفة وتنسيق الفعاليات القانونية الاخرى.

ومع ذلك فان الندوات المنعقدة قبل وقوع المؤتمر والتي دورها التفاوض حول البروتوكول المتعلق بالاعلان والترويج عبر الحدود على الاقل قبل البدء بتطبيق الفقرة 13. سيكون من الصعب على تلك الاطراف ان تتوصل الى اتفاق حول نوعية الاجراءات التي تتخذها من اجل الوصول الى تعاون دولي الذي يدرج من ضمن اساسيات البروتوكول قبل ان يناقشوا تفاصيل التزامات جوهرية وردت في الفقرة 13. كل هذه اشارة اليها تقرير المجموعة الخبيرة في فقراته 12 و 16.

وكما اشار تقرير المجموعة الخبيرة في فقرته العاشرة، ان الاطراف التي تشارك في المؤتمر وافقت مسبقا على الالتزامات القوية تحت الفقرة 13 والتي تتعامل بشكل متساو مع الاعلانات التي تنطلق من داخل الاقليم الى داخل الاقليم والاعلانات التي تنطلق من داخله التي ليكون استقباله خارج الاقليم. بالاضافة الى ذلك، الفقرة 13.7 اكدت على الحقوق المطلقة للاطراف لفرض القانون على اعلانات التبغ ووسائل الترويج له والترغيب به. وكما اشار تقرير المجموعة الخبيرة في الفقرة 12، ففي هذه الظروف من غير الواضح فيما اذا كان البروتوكول سيحتاج الى تخليق سياسات وصلاحيات وحقوق جديدة سواء كانت هذه الاحتياجات موجودة ومعروفة او لا تعرف الى ان يتم اجراء نقاش مفصل يتعلق بتلك الالتزامات التي ورد ذكرها في الفقرة 13 فعلا.

المنتدى الجيد الذي ستم فيه مناقشة كل هذا هو لتطوير تلك الخطوط العامة للفقرة 13. الحاقا بكل هذا فان مؤتمر الاطراف مطلوب لتفعيل الفقرة 7 والتي اقترحت وجود الفقرة 13 وهذا كله يجب ان يتم الانتهاء منه قبل المناقشة التي تخص البروتوكول المتعلق بالاعلان عبر الحدود والاقليم. ان كانت المناقشة او المداولة على البروتوكول ستم قبل بدء حتى على الاقل بوضع الخطوط العامة للفقرة 13 فسيكون حتميا ان النقاش ستعولوه المماثلة وسيتم تعليقه في نقطة ما ستدرك فيها تلك الاحزاب المشاركة ان الخطوط العامة كان يجب ان توضع ويتم الانتهاء منها قبل طرح البروتوكول للتداول. مما يكلف جهودا ونفقات مما يجعلنا نتجنب مثل هذا السيناريو.

وتطلعا الى كون تفعيل مثل هذه الخطوط العامة في الفقرة 13 يجب ان تكون خطوة اخرى يتخذها مؤتمر الاطراف المشاركة. هذه القضية يجب ان لا تطرح باي طريقة كيفما اتفق لمجرد طرح اهمية الاعلان عبر الحدود ولكن لاقتراح طريقة ما لتغطية تلك الطرق والاساليب قدر المستطاع وايقافها. الاطراف هي أصلا ملزمة لا تتخذ مقاييس معينة تجاه الاعلان والترويج عبر الاقليم وهي تحتاج الى دليل لتفعيل تلك المقاييس الان. البروتوكول سيأخذ وقتا حتما ربما سنوات للتفاوض والتبني ويدخل حيز التطبيق.

ان تنفيذه وتطبيقه في حيز العائلة وداخل الاقليم يجب ان تبدأ باسرع ما يكون. تقرير لجنة خبراء وضع ايضا البند 20 الذي تمت الموافقة عليه وهو انه قبل التداول في مسألة البروتوكول والتفاوض فيه يجب ان يتم التفكير مليا فيما اذا كان بالامكان استحصال فرص يتم من خلالها وضع طرق خاصة للتعاون وادخاله في مجالات تتعدى ما مذكور فيه وعلى هذا لوحظ فعلا ان التفافية في البند 19 تحتوي على المسؤولية القانونية، الفقرة 20 (البحث، والتقصي وتبادل المعلومات)، الفقرة 21 (التقارير وتبادل المعلومات)، الفقرة 22 (التعاون بين المناطق وتبادل الخبرات العلمية والقانونية والتقنية) مما يعني ان جزءا او كل هذه يتم شملها في موضوع الاعلان والترويج عبر الاقليم مع قرارات اخرى تتخذها الاطراف واقتراحاتهم حول آليات عمل اخرى تتعدى البروتوكول المصادق عليه. هذا كله يجب ان يؤخذ بنظر الاعتبار.

مشاركة المجتمع المدني في تفعيل اساسيات الاتفاقية:

الدور المهم الذي يلعبه المجتمع المدني في تطبيق وتطوير الاتفاقية الاطارية لمؤتمر الاطراف يمكن تمييزها في وثيقة قانونية نصت عليها الفقرة 4.7. المجتمع المدني يجب دعوته للمشاركة طالما كانت القضية تهمة وهذا ما نصت عليه الفقرة (8، 9، 10)، بموجبها تم تقرير اول دورة لمؤتمر الاطراف لدعوة الجهات الغير حكومية والمؤسسات الاهلية ذات التخصصات المطلوبة في هذا الموضوع للمشاركة وبشكل فعال وتساهم في تطوير وتوسيع دائرة تطبيق الاتفاقية كما جاء في توصيات سكرتارية المؤتمر.

ملحق:

تقييم الخطوط العامة الموجودة في الفقرة 13 مقابل مقاييس الاولوية لتبني الخطوط العامة والاساسيات في الدورة الاولى لمؤتمر الأطراف

1. المطلوب من تلك الأطراف: هناك حاجة ماسة الى خطوط عامة تخدم الأطراف في مجال تطبيق الاتفاقية. نعم.. فعده احزاب طلبت مساعدة في مجال فرض التشريع لتفعيل تطبيق الفقرة 13 وهذه المساعدة يجب توفيرها لهم ولكل طرف يطلبها.
2. العمل الذي سبق اجراءه: هناك عمل فعلي سبق وان تم مثل انشاء اماكن تم تحريم التبغ فيها. مثل هذه الخطوة يجب ان يتم اكمالها بسرعة كفاءة. فورقات العمل التي صادقت عليها مجموعة الخبراء والتي تخص الاعلان والترويج عبر الاقاليم ستضمن بنود مهمة. عدة بلدان فرضت تشريعات متعلقة بالتبغ والجهات التي تروج له مما يوفر خطورة يجب اكمالها واسنادها. هناك عدد من الخبراء والمحاضرين الاكاديميين الذين يعملون على مسائل الترويج عبر الاقاليم داخلها وخارجها بالنسبة للتبغ والمنتجات الأخرى.
3. عوامل دولية اخرى مضافة: تفعيل الخطوط العامة على الصعيد الدولي له دور كبير في مساعدة الأطراف على فرض التشريعات في انها ستسمح للمال والخبرة ان تشارك في الموضوع. نعم.. فتلك الأطراف تستطيع الاستفادة من خبرة غيرها في هذا المجال فيما يخص نجاح الاعلان والترويج عبر الاقاليم والتحديات التي ترافق هذا النجاح من حيث تغطية كل هذه الوسائل والسيطرة عليها، تحديدا يجب ان تتعلم الأطراف من غيرها الطريقة الافضل لمنع الافلات من القانون. العمل يحتاج الى فهم طرق تطور التكنولوجيا وطرق التسويق وممارساته ويتم تبادل هذا بين المؤسسات و الأطراف كما يتم تبادل الخبرة والمال.
4. التأثيرات الكامنة للمقاييس التي ستتم تغطيتها بواسطة اساسيات الخطوط العامة: تلك المقاييس تعرف بانها فعالة في تقليل استعمال واستهلاك التبغ. فالقوانين المفروضة على اعلانات التبغ وترويجه وكفالاته تعرف بانها تقلل من استهلاكه الى حد كبير.
5. تسهيل التنفيذ: هذا يشمل ايضا كلفة التنفيذ. فالأطراف تستطيع بسهولة ان تسهل دور الخطوط العامة والاساسيات وتطبيقها لتطوير التشريع ومراقبته ووسائل فرض العقوبات.
6. استعداد الأطراف لاستلام القيادة: تطوعت الاحزاب من باب التسهيل والاشترك وكونها مسند مهم تستند عليه الاتفاقية الإطارية.
7. مقاييس المرودات : هذا مناسب جدا لتوثيق الفقرة 21 ومناسب وفعال لتحليل البيانات الموجودة. فالأطراف تستطيع وضع التشريع الذي اجيزت به وطريقة المراقبة وفرض العقوبات.
8. التبرعات للحفاظ على الية العمل وتنفيذ الاتفاقية: وهذا مهم في كل مرحلة من مراحل التنفيذ. فالقوانين المفروضة لمنع وتحريم التدخين والاعلان عنه والترويج له هي صارمة في كل المقاييس لان كل اوجه الاعلان والترويج وكفالة منتجات التبغ هي مرئية ومنتشرة بشكل واسع، ان حضور او غياب اعلانات التبغ وطرق ترويجها ضمن الاقليم يمكن ان تترجم على انها علامة من علامات موقع البلد من التبغ ومكافحته. سيكون من الصعب لاي بلد لايزال يسمح لتلك الاعلانات ووسائل الترويج ان يبدأ مشروع جدي يطبق تلك الاتفاقية الهيكلية. الخطوط العامة التي ستتبعها الأطراف سوف تساعد في تبني مقاييس قوية للتعامل مع تلك الإعلانات.
9. كلفة تطوير تلك الادلة والاساسيات والخطوط العامة: الخطوط العامة يجب ان تتطور بمرور الوقت بشكل كاف من قبل الأطراف مع مشاركة المجتمع المدني وخبرات المنظمات و الأطراف الأخرى والأفراد ذوو الخبرة في هذا المجال داخل وخارج البلد على حد سواء.
10. التعامل الدولي والمشاركة المالية مهمة لتطبيق تلك البنود بحذافيرها. فبدون التعاون الدولي والمشاركة المعلوماتية والخبرات والتجارب المسبقة فان الاحزاب ستفشل بعد بدء تنفيذ الاتفاقية بوقت قصير. عدة أطراف ستحتاج إلى معلومات وقيادة تساعد على التجاوب مع التزامتها. التعاون الدولي مهم ايضا لتمكين الأطراف من ان تتعامل بفعالية مع الاعلانات وطرق ترويج وكفالة منتجات التبغ داخل وخارج الاقاليم.