

## ورقة موجز رقم 6:

اتخاذ التوجيهات لتنفيذ المادة 13 (إعلانات التبغ والترويج له ودعمه) والتوصيات حول مزيد من الإجراءات فيما يتعلق بإعلانات التبغ الدولية والترويج له ودعمه

الجلسة الثالثة من مؤتمر الأطراف الخاص بالاتفاقية الإطارية لمكافحة التبغ التابعة لمنظمة الصحة العالمية في الفترة من 17 إلى 22 نوفمبر 2008، دربان، جنوب إفريقيا

### توصية

يصادق تحالف الاتفاقية الإطارية بقوة على مسودة التوجيهات لتنفيذ المادة 13 (إعلانات التبغ والترويج له ودعمه) وأيضاً التوصيات حول مزيد من الإجراءات التي ستسهم في التخلص من الإعلانات الدولية والترويج والدعم (وثيقة رقم FCTC/COP/3/9)، ويوصي بأن الجلسة الثالثة من مؤتمر الأطراف الخاص بالاتفاقية الإطارية لمكافحة التبغ التابعة لمنظمة الصحة العالمية:

- تفضل بتنفيذ مسودة التوجيهات (ملحق 1) كاملة ودون تغيير،
- تلاحظ التوصيات حول العناصر لاحتمالية تضمينها في بروتوكول حول الإعلانات الدولية والترويج والدعم (ملحق 2) وتؤجل النظر في الحاجة إلى وجود بروتوكول حتى يتم تنفيذ الإجراءات الأخرى التي ستسهم في التخلص من الإعلانات الدولية والترويج والدعم، و
- تتخذ التوصيات حول الإجراءات لتسهيل التعاون الدولي للتخلص من الإعلانات الدولية والترويج والدعم (ملحق 3) وضمان أن الإجراءات الموصى بها يتم تنفيذها فيما يتعلق بإعلانات التبغ الداخلية والترويج لها ودعمها.

### خلفية

من المؤكد أن إعلانات التبغ والترويج والدعم تزيد من استهلاك التبغ ذلك أن أوامر الحظر الشاملة على إعلانات التبغ والترويج له ودعمه تقلل من استهلاك التبغ (1). يعترف بذلك الأطراف في الاتفاقية الإطارية لمكافحة التبغ FCTC التابعة لمنظمة الصحة العالمية، إضافة إلى تعهداتهم القوية لما التزموا به بموجب المادة 13: البدء بحظر شامل على كافة إعلانات التبغ والترويج له ودعمه في غضون فترة 5 سنوات بعد وضع الاتفاقية الإطارية لمكافحة التبغ قيد التنفيذ (ما لم يحول دون تنفيذها فرض حظر شامل من قبل دستورهم أو مبادئهم الدستورية، وهي الحالة التي يفرضون فيها قيوداً على كافة إعلانات التبغ والترويج له ودعمه).

شمولية أوامر الحظر على إعلانات التبغ والترويج له ودعمه هو شيء محوري في مدى فعاليته. فعندما يتم حظر الأشكال "التقليدية" للإعلان والترويج والدعم، فإن ناعة التبغ ستجد طرقاً أخرى مستترة أو غير مباشرة للترويج لمنتجاتها. تتنوع تقنيات التسويق الحديثة لتصل إلى ما هو أبعد من الوسائل "التقليدية" في الترويج بما في ذلك الأنشطة مثل نشر العلامة التجارية وتسليعها والترويج لنقطة المبيع والتغليف ومحل المنتج والترويج المشترك وأنشطة "المسؤولية الاجتماعية المشتركة". إذا كانت أوامر الحظر تتم فقط بالنسبة لاستراتيجيات الترويج، فإن صناعة التبغ تحول مواردها الترويجية إلى تلك الأشكال من الإعلان والترويج والدعم التي لم يتم حظرها.

لضمان تنفيذ أوامر الحظر (أو القيود) بموجب المادة 13 على كافة إعلانات التبغ والترويج له ودعمه، فإن الأطراف في الاتفاقية الإطارية لمكافحة التبغ توافق في المادة 1 على تعريفات شاملة جداً بالنسبة للبنود ذات الصلة: تعني إعلانات التبغ والترويج له: أي شكل من أشكال الاتصال التجاري أو التوصية أو الإجراء الذي يهدف أو يؤثر أو يحتمل تأثيره على الترويج لمنتجات التبغ أو استهلاك التبغ إما بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، ويعني دعم التبغ: أي شكل من أشكال الإسهام في أي حدث أو نشاط أو فرد يهدف أو يؤثر أو يحتمل تأثيره على الترويج لمنتجات التبغ أو استهلاك التبغ إما بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.

(1) انظر عموماً معهد السرطان القومي الأمريكي، دور الإعلام في الترويج والتقليل من استهلاك التبغ (دراسة 19 لمكافحة التبغ، الإدارة الأمريكية للصحة والخدمات البشرية، المعهد القومي للصحة، معهد السرطان القومي، أغسطس 2008) يمكن الحصول عليها من الرابط الإلكتروني <http://www.cancercontrol.cancer.gov/tcrb/monographs/19/index.html>. ولزبد من المعلومات حول نتائج هذه الدراسة الكبرى، انظر صحيفة الوقائع لتحالف الاتفاقية الإطارية، تأثير تسويق التبغ على استهلاك التبغ ومدى فعالية أوامر الحظر الشاملة: نتائج الدراسة حول دور الإعلام في ترويج وتقليل استهلاك التبغ، يمكن الحصول عليها من الموقع الإلكتروني [www.fctc.org](http://www.fctc.org). انظر أيضاً H Saffer and F Chaloupka، تأثير أوامر حظر إعلانات التبغ على استهلاك التبغ (2000) 19 (6) صحيفة اقتصاديات الصحة 37-1117، H Saffer، إعلانات التبغ والترويج في (eds P. Jha and FJ Chaloupka)، مكافحة التبغ في البلدان النامية (2000) 215-36.

لذا، وبموجب الاتفاقية الإطارية لمكافحة التبغ FCTC:

- تمتد الإعلانات عن التبغ والترويج له لتشمل أي نوع من الأنشطة التجارية: إنها لا تسري فقط على "الاتصالات"، بل أيضاً على "التوصيات" أو "الإجراءات"، ليس فقط من قبل صناعة التبغ، بل أيضاً من قبل أي شخص أو هيئة تعمل في إطار تجاري،
- يطبق "دعم التبغ" على "أي شكل من أشكال الإسهام"، سواء كان مالياً أو بأي شكل آخر بغض النظر عن كيفية أو فيما إذا كان هذا الإسهام معترفاً به أو مُعلناً عنه، وليس فقط على إسهامات صناعة التبغ لكن على إسهامات الأشخاص أو الأفراد.

كلا البندين:

- يسريان على الأنشطة التي لها "هدف" أو تأثير ترويجي – لا داعي لإثبات أن المقصود من النشاط هو الترويج أو أن له تأثير ترويجي،
- يسريان على الترويج، ليس فقط منتجات تبغ معينة بل استهلاك التبغ عموماً – إنه ليس فقط ترويجاً لعلامات تجارية معينة أو منتجات مستترة، لكنه أيضاً ترويج للتدخين أو غيره من استخدامات التبغ،<sup>و</sup>
- يسريان عندما يكون الترويج لمنتج التبغ أو استهلاكه غير مباشر، وليس فقط عندما يكون مباشراً، مع الاعتراف بأن الترويج لا يحتاج لأن يكون مباشراً ليصبح فعالاً.

الأطراف في الاتفاقية الإطارية لمكافحة التبغ مطالبون بمخاطبة إعلانات التبغ الدولية والترويج له ودعمه كجزء من حظرهم الشامل (أو القيود). وكما أشارت مقدمة الاتفاقية، تطورت الاتفاقية الإطارية لمكافحة التبغ رداً على تعولم وباء التبغ مع التسويق العالمي وإعلانات التبغ فيما عبر الحدود القومية ذلك أن الترويج والدعم هما عاملان أسهما بشكل كبير في الزيادة الكبيرة في استهلاك التبغ. تتطلب المادة 13 من كل طرف خاضع للإطار القانوني والوسائل الفنية المتاحة له، أن يشمل داخل حظره الشامل (أو القيود) الإعلانات الدولية والترويج والدعم التابع من إقليمه، وأن يعترف بالحق المطلق للأطراف بحظر إعلانات التبغ الدولية والترويج لها ودعمها في حال دخولها أقاليمها. يوافق الأطراف على التعاون في تطوير تقنيات وغيرها من الوسائل اللازمة لتسهيل التخلص من الإعلانات الدولية والترويج لها ودعمها، وأيضاً النظر في تطوير أحد البروتوكولات.

اعترف مؤتمر الأطراف بالحاجة إلى كلاً من إرشاد الأطراف لتنفيذ التزاماتهم بموجب المادة 13 وتسهيل التعاون الدولي وخاصة في مخاطبة الترويج للإعلانات الدولية ودعمها. وفي جلسته الثانية (COP-2)، قرر مؤتمر الأطراف تأسيس فريق عمل بغرض:

- (1) تطوير مسودة إرشادات شاملة حول تنفيذ كلاً من عناصر المادة 13 داخلياً ودولياً،
- (2) التوصيات الحالية حول العناصر الرئيسية لبروتوكول حول إعلانات التبغ الدولية والترويج لها ودعمها، والذي يعتبر تكملياً لتلك التوجيهات، و
- (3) التوصيات الحالية حول أي إجراءات أخرى تسهم في التخلص من إعلانات التبغ الدولية والترويج لها ودعمها (2).

مسودة التوجيهات والتوصيات

قدّم فريق العمل حول المادة 13 تقريراً (وثيقة رقم FCTC/COP/3/9) إلى الجلسة الثالثة من مؤتمر الأطراف (COP-3) يحتوي على ثلاثة ملاحق تعكس العناصر الثلاث لتفويضها:

- الملحق الأول (مسودة التوجيهات حول تنفيذ المادة 13 من الاتفاقية الإطارية لمكافحة التبغ التابعة لمنظمة الصحة العالمية (الإعلانات عن التبغ والترويج له ودعمه))،
- الملحق الثاني (التوصيات حول العناصر الرئيسية للبروتوكول حول الإعلانات الدولية والترويج والدعم)، و
- الملحق الثالث (التوصيات حول أي إجراءات أخرى ستسهم في التخلص من الإعلانات الدولية والترويج والدعم).

(2) تطوير توجيهات تنفيذ المادة (13) لمنظمة الصحة العالمية، مؤتمر الأطراف الخاص بالاتفاقية الإطارية لمكافحة التبغ والتابعة لمنظمة الصحة العالمية، الجلسة الثانية، قرار رقم (FCTC/COP2/8).

يهنيء تحالف الاتفاقية الإطارية فريق العمل وخاصة الأطراف المُشغلة الرئيسية – المجتمع الأوروبي وفنلندا والهند – على عملهم الممتاز الذي حققوه في تطوير مسودة التوجيهات وتقديم التوصيات فيما يتعلق بالبروتوكول وغيره من الإجراءات المتعلقة بإعلانات التبغ الدولية والترويج والدعم. ينظر تحالف الاتفاقية الإطارية على أن الجلسة الثالثة لمؤتمر الأطراف 3 – COP)) يجب أن:

تتخذ مسودة التوجيهات التي طورها فريق العمل (ملحق 1) بشكل كامل ودون أي تغيير مع الاعتبار المستقبلي للتوصيات حول العناصر المحتمل دمجها في بروتوكول حول الإعلانات الدولية والترويج والدعم (ملحق 2)، وتتخذ التوصيات حول الإجراءات لتسهيل التعاون الدولي للتخلص من الإعلانات الدولية والترويج والدعم (ملحق 3)، مع الضمان، عند الحاجة، بأن الإجراءات الموصى بها يتم تنفيذها فيما يتعلق بإعلانات التبغ المحلية والترويج والدعم.

يعتبر تحالف الاتفاقية الإطارية أن التقرير الذي أعده فريق العمل يوضح جيداً مسودة التوجيهات والتوصيات فيما يتعلق بالتعاون الدولي ويعلق هنا فقط وبوضوح على خصائصهم الهامة.

ملحق 1: مسودة التوجيهات حول تنفيذ المادة 13 من الاتفاقية الإطارية لمكافحة التبغ التابعة لمنظمة الصحة العالمية

يدعم تحالف الاتفاقية الإطارية من مسودة التوجيهات. تعترف مسودة التوجيهات بالالتزامات القوية التي تعهد بها الأطراف في الاتفاقية الإطارية لمكافحة التبغ FCTC بموجب المادة 13 ومدى المرونة في تعريفات إعلانات التبغ والترويج له ودعمه والتي اتفقوا عليها. يتفق تحالف الاتفاقية الإطارية مع ما تتصف به مسودة التوجيهات (الفقرات من 1 إلى 2):

إنهم يستمدون أفكارهم من أفضل البراهين إتاحة وأيضاً خبرة الأطراف التي نَفَذت بنجاح الإجراءات الفعالة ضد إعلانات التبغ والترويج والدعم. إنهم يعطون الأطراف توجيهاً لتقديم وتعزيز الحظر الشامل على إعلانات التبغ والترويج له ودعمه، أو يعطون هؤلاء الأطراف الذين لا يسمح وضعهم بعمل حظر شامل بسبب دساتيرهم أو مبادئهم الدستورية، إمكانية فرض القيود على إعلانات التبغ والترويج والدعم حيث تعتبر تلك القيود شاملة بقدر الإمكان.

تؤدي تلك التوجيهات لأفضل طرق تنفيذ المادة 13 من الاتفاقية بغرض التخلص الفعال من إعلانات التبغ والترويج والدعم على الصعيدين المحلي والدولي.

إذا تم العمل بها، فإن مسودة التوجيهات تساعد الأطراف بشكل كبير في التنفيذ الفعال للمادة 13. تشمل العناصر الرئيسية لمسودة التوجيهات على:

#### نطاق الحظر الشامل

تحدد مسودة التوجيهات مجالاً للحظر الشامل على إعلانات التبغ والترويج والدعم بعمل نظرة شاملة ممتازة متبوعة بمشورة معينة حول عدد من المجالات التي قد تشكل تحديات من نوع خاص.

يؤكد الجزء الخاص بالنظرة الشاملة على قوة ومرونة التعهدات التي يلتزم بها الأطراف بموجب المادة 13. إنها تلقي الضوء على الجوانب الرئيسية لتعريفات الاتفاقية الإطارية لمكافحة التبغ بالنسبة لإعلانات التبغ والترويج والدعم، مع ملاحظة بعض الأنماط المعاصرة للإعلان والترويج (الفقرات من 7 إلى 8) والتي تشمل: المبيعات وإجراءات التوزيع (مثل برامج الحوافز لتجار التجزئة وأساليب العرض عند نقاط البيع واليانصيب والهدايا المجانية والعينات

والتخفيضات والمسابقات والعلاوات التحفيزية وبرامج لمدادومة العملاء)، والأنماط المخفية للإعلان والترويج مثل إدخال منتجات التبغ واستهلاكه في محتويات إعلامية متنوعة، وربط منتجات التبغ مع الأحداث أو مع غيرها من المنتجات بطرق مختلفة، والتغليف الترويجي وخواص تصميم المنتج، وإنتاج وتوزيع الأشياء التي تشبه السجائر أو غيرها من منتجات التبغ. تعترف النظرة الشاملة باحتمال تحقق التأثيرات الترويجية ليس فقط من خلال تصوير

أسماء علامات التبغ المشهورة أو العلامات التجارية بل أيضاً استخدام أسماء وشعارات وألوان الشركات أو استخدام أنظمة الألوان المرتبطة بمنتجات التبغ أو شركات التبغ وغير ذلك من استخدام العبارات والتصاميم والصور أو الأصوات (فقرة 9). يرجع الأمر إلى ملحق مفيد جداً لمسودة التوجيهات حيث يحتوي على قائمة دلالية غير شاملة لأنماط إعلانات التبغ والترويج والدعم (فقرة 11).

فيما يتعلق بجوانب الحظر الشامل على إعلانات التبغ والترويج والدعم والتي قد تشكل تحديات معينة، نجد أن التوصيات تشتمل على ما يأتي:

-فرض حظر على عرض أو رؤية منتجات التبغ عند نقاط المبيع، اعترافاً بأن عرض المنتجات هو وسيلة رئيسية للترويج لمنتجات التبغ واستهلاكه (الفقرات 12 و 13)،

-فرض حظر على آلات بيع منتجات السجائر، اعترافاً بأنها وسائل للإعلان والترويج (فقرة 14)،

-فرض حظر على الإعلانات والترويج عن طريق تغليف المنتج والذي يقتضي التغليف الصريح لمنتجات التبغ، اعترافاً بأن التغليف هو عنصر هام في الإعلان والترويج حيث أنه يستخدم بطرق مختلفة لجذب المستهلكين والترويج للمنتجات والرعاية والتشجيع لهوية العلامات التجارية (الفقرات من 15 إلى 17)،

-فرض الحظر على الإعلان والترويج لمنتجات التبغ نفسها (الفقرات من 15 إلى 17)،

-فرض الحظر على مبيعات منتجات التبغ عبر الإنترنت، اعترافاً بأن مبيعات منتجات التبغ على الإنترنت تتضمن بشكل أساسي الإعلان والترويج (الفقرات من 18 إلى 21)،

-فرض الحظر على التوسع في العلامات التجارية وتَشَارُكها (الفقرات من 22 إلى 24)،

-فرض الحظر على إسهامات شركات التبغ في أي كيانات أخرى "لأسباب ذات مسؤولية اجتماعية" (الفقرات من 25 إلى 28)، و

-فرض الحظر على شركات التبغ التي تعلن عن أي "ممارسات تجارية ذات مسؤولية اجتماعية" (الفقرات من 25 إلى 28).

تعترف مسودة التوجيهات بأن الحظر الشامل على إعلانات التبغ والترويج والدعم لا يحتاج إلى التداخل مع الأنواع الشرعية للتعبير مثل التعبير الصحفي والفني والأكاديمي أو التعليق الاجتماعي أو السياسي (الفقرات 29، 30). فهي توصي باتخاذ إجراءات معينة فيما يتعلق بتصوير منتجات التبغ أو استهلاكه في سلع الترفيه الإعلامية مثل الأفلام ودور العرض والألعاب (فقرة 31)، وذلك يشمل: التوكيد على أنه لم يتم الحصول على أي مزايا نتيجة لهذا التصوير، وفرض الحظر على تصوير العلامات التجارية للتبغ معروفة الهوية أو حتى صور العلامات التجارية للتبغ، وعرض الإعلانات الموصى بها والمضادة للتبغ في بداية عرض أي منتج إعلامي ترفيهي يصور منتجات التبغ من حيث الاستهلاك أو الصور، وتطبيق نظام التصنيف والتقدير الذي يأخذ بالاعتبار تصوير منتجات التبغ من حيث الاستهلاك أو الصور، والنتيجة هي أن الإعلام الترفيهي الذي يستهدف الأطفال لن يصور منتجات التبغ من حيث الاستخدام أو الصور.

#### الثبات

تشتمل فقرة التوجيهات على فقرة مفيدة حول "الثبات" التي تؤكد على أن الأطراف لديهم كلاً من الحقوق والالتزامات فيما يتصل بإعلانات التبغ الدولية والترويج والدعم. تُشير الفقرة إلى أن التزامات كل طرف تمتد لتشمل إعلانات التبغ الدولية والترويج والدعم النابعة من إقليمه – مثل المنشورات والمنتجات المطبوعة أو المنتجة داخل إقليمه وأيضاً المادة التي يتم توصيلها من داخل إقليمه والتي تستخدم تكنولوجيا الاتصالات الدولية – بغض النظر عن تستهدفه مثل هذه المادة، كما أن تلك الفقرة توصي الأطراف بتطبيق إجراءاتهم حسب سلوكيات رعاياهم العاملين في إقليم الولايات الأخرى (الفقرات من 46 إلى 50). توصي الفقرة الأطراف بأنه يمكنهم استخدام حقهم المطلق لحظر إعلانات التبغ الدولية والترويج والدعم القادم إلى إقليمهم (الفقرات 51 و 52).

#### الجهات المسؤولة

تشتمل مسودة التوجيهات فقرة مفيدة جداً حول "الجهات المسؤولة" تعترف بالحاجة إلى تطبيق الإجراءات الملائمة من خلال سلسلة التسويق (الفقرات من 53 إلى 59). تُقدِّم الفقرة توجيهاً مفيداً من نوع خاص فيما يتعلق بالتعامل مع الجهات التي لا تنتج أو تختار المادة الترويجية، لكنها توفر حق التوصل إليها مثل مواقع استضافة محتوى

الإنترنت وبرامج استكشاف محتوى الإنترنت وأيضاً جهات التزويد لخدمة الإنترنت مع وجود توصيات بأن مثل هذه الجهات مطالبة بالتخلص من المحتوى أو تعطيل التوصل إلى المحتوى في حال تسلمهم إخطاراً لها.

#### التفعيل المحلي للقوانين حول إعلانات التبغ والترويج والدعم

توفر مسودة التوجيهات إرشاداً مفيداً جداً بخصوص التفعيل المحلي للقوانين حول إعلانات التبغ والترويج والدعم بما في ذلك: تنفيذ جزاءات فعالة ومتناسبة وراذعة (تشمل الغرامات والإعلانات التصحيحية وتعليق الرخصة أو إلغائها)، وفرض العقوبات التي تفوق المصالح الاقتصادية المتحصل عليها من الإعلانات والترويج والدعم (الفقرات 60 و 61)، وتطبيق العقوبات ليس فقط على الأفراد بل أيضاً على الكيانات المشتركة بما في ذلك تلك التي يمكن أن تعلن مسؤوليتها عن سلوكيات الكيانات المشتركة ذات الصلة خارج الإقليم مع اعتبار أن هناك تأثير على ما هو داخل الإقليم (فقرة 62)، وتطبيق العقوبات على سلوكيات المديرين والرؤساء والموظفين و/أو الممثلين القانونيين للكيانات المشتركة في حال تحملهم مسؤولية السلوكيات (فقرة 62)، واستخدام الترخيص كطريقة للتحكم في الإعلانات والترويج والدعم (فقرة 63)، وتعيين سلطة مختصة لرقابة وتفعيل القوانين مع تدعيمها بالصلاحيات اللازمة والموارد (فقرة 65)، وإشراك المجتمع المدني في الرقابة والتفعيل (الفقرات من 66 إلى 68).

#### التعليم العام والوعي المجتمعي

تعترف مسودة التوجيهات بأهمية الترويج وتقوية الوعي العام فيما يتعلق بإعلانات التبغ والترويج والدعم، فهي تقوم بتوصيات هامة حول وسائل إشراك المجتمع في مراقبة مدى التوافق وعمل التقارير حول انتهاكات القوانين ضد إعلانات التبغ والترويج والرعاية، مع الاعتراف بأن هذا عنصر أساسي للتفعيل (الفقرات من 69 إلى 71).

#### التعاون الدولي

تعترف مسودة التوجيهات بأن: التعاون الدولي الفعال يعتبر شيئاً جوهرياً في التخلص من كلاً من إعلانات التبغ المحلية والدولية والترويج والرعاية (فقرة 72)، فهي تشير إلى الالتزامات ذات الصلة والتي قام بها الأطراف في الاتفاقية الإطارية لمكافحة التبغ فيما يتعلق بالتعاون الدولي (فقرة 73)، كما أنها توصي بأن التوصيات الموضحة في الملحق 3 من تقرير فريق العمل لمؤتمر الأطراف (التوصيات حول أي إجراءات أخرى تسهم في التخلص من الإعلانات الدولية والترويج والدعم) يتم النظر فيها فيما يتعلق بإعلانات التبغ المحلية والترويج والدعم، اترافاً بأن الأطراف سيستفيدون من تشارك المعلومات والخبرات فيما يتصل بإعلانات التبغ والترويج والدعم (فقرة 74).

الملحق 2: التوصيات حول العناصر الرئيسية للبروتوكول حول الإعلانات الدولية والترويج والدعم  
حدد فريق العمل عدد من المجالات التي قد يتم النظر فيها لاحتمالية إدماجها في بروتوكول حول إعلانات التبغ الدولية والترويج والدعم، حيث يجب على مؤتمر الأطراف بدء المفاوضات حول البروتوكول. ارتكزت التوصيات على تقرير مجموعة الخبراء حول إعلانات التبغ الدولية والترويج والدعم (3) التي أسسها مؤتمر الأطراف في جلسته الأولى (4) (COP-1). يوافق مؤتمر الأطراف على أن المجالات المدرجة – إجراءات الاستجابة والإشعار والتعاون فيما بين هيئات التفعيل وممارسة السلطات القضائية والاعتراف وتفعيل الأحكام القانونية الخاصة بالدول الأجنبية - تصبح مفيدة للنظر في احتمالية دمجها في بروتوكول حول إعلانات التبغ الدولية والترويج والدعم، لكنه يعتبر أنه من السابق لأوانه صنع قرار حول المفاوضات بشأن بروتوكول.

في تقرير الملحق الثالث من مؤتمر الأطراف (التوصيات حول أي إجراءات أخرى تسهم في التخلص من إعلانات التبغ الدولية والترويج والدعم)، قام فريق العمل بعدد من التوصيات المفيدة فيما يتعلق بالتعاون الدولي لمخاطبة إعلانات التبغ الدولية والترويج والدعم. وضعت التوصيات على خلفية اتخاذ الأطراف لالتزامات قوية فيما يتعلق بكلاً من إعلانات التبغ الدولية والمحلية والترويج والدعم، كما قاموا بعدد من الالتزامات الهامة فيما يتعلق بالتعاون الدولي. إذا اتخذ مؤتمر الأطراف الإجراءات الموصى بها، فإنها ستساعد وبشكل كبير في التخلص من إعلانات التبغ الدولية والترويج والدعم. وهكذا أيضاً تنفيذ العناصر المحلية للمادة 13 بما يتوافق مع التوجيهات القوية حول التنفيذ.

(3) تطوير نموذج معيارية حول إعلانات التبغ الدولية والترويج والدعم (منظمة الصحة العالمية، مؤتمر الأطراف الخاص بالاتفاقية الإطارية لمكافحة التبغ التابعة لمنظمة الصحة العالمية، الجلسة الثانية، بند

أجندة الأحكام رقم 5.4.2، 19-20/10/2007 A/FC/TC/COP/2، إبريل 2007).

(4) تطوير بروتوكولات (منظمة الصحة العالمية، مؤتمر الأطراف الخاص بالاتفاقية الإطارية لمكافحة التبغ التابعة لمنظمة الصحة العالمية، الجلسة الأولى، قرار رقم 16 (FCTC/COP1)).

وبالتفاوض بشأن بروتوكول، نجد أن تحالف الاتفاقية الإطارية يعتبر بأن مؤتمر الأطراف يجب عليه تأجيل النظر في الحاجة إلى وجود بروتوكول حتى يحرز الأطراف تقدماً في تنفيذ المادة 13 بما يتفق مع الإرشاد الذي وفّرتّه التوجيهات لتنفيذ المادة 13، كما أن التوصيات حول التعاون الدولي من قبل فريق العمل قد تم تنفيذها ويمكن لمؤتمر الأطراف أن يقيم ماهية القيمة الإضافية التي يمكن أن يسهم بها البروتوكول.

الملحق 3: التوصيات حول أي إجراءات أخرى تسهم في التخلص من الإعلانات الدولية والترويج والدعم

قام فريق العمل بعدد من التوصيات المفيدة جداً لتسهيل التعاون الدولي الذي سيسهم في التخلص من إعلانات التبغ الدولية والترويج والدعم. يتفق تحالف الاتفاقية الإطارية مع رؤية فريق العمل في أن التعاون الدولي هو شيء جوهري في التخلص من كلاً من إعلانات التبغ المحلية والدولية والترويج والدعم (فقرة 1). يحتاج الأطراف في الاتفاقية الإطارية لمكافحة التبغ إلى تشارك المعلومات حول إعلانات التبغ والترويج والدعم وأيضاً خبراتهم كمحاولة لمخاطبة ذلك، بل والتعاون في مخاطبة أمثلة معينة لإعلانات التبغ الدولية والترويج والدعم.

وكما يشير فريق العمل (فقرة 2)، اتخذ الأطراف تعهدات قوية فيما يتعلق بالتعاون الدولي تشمل: مادة 13 – 6 (التعاون في تطوير التقنيات وغيرها من الوسائل اللازمة لتسهيل التخلص من الإعلانات الدولية) والمادة 19 (المسؤولية القانونية) والمادة 20 (البحث والمراقبة وتبادل المعلومات) وعلى وجه الخصوص المادة 20 – 4 (تبادل المعلومات المتوفرة علناً سواء كانت علمية أو فنية أو اقتصادية اجتماعية أو تجارية أو قانونية وأيضاً المعلومات فيما يخص صناعة التبغ) والمادة 21 (عمل التقارير وتبادل المعلومات) والمادة 22 (التعاون في المجالات العمية والفنية والقانونية وتوفير ما يتعلق بذلك من خبرة) والمادة 26 (الموارد المالية).

ومع وجود مثل هذه الالتزامات التي تم القيام بها فعلاً، فإن مؤتمر الأطراف عليه القيام بدور لوضع الإجراءات اللازمة لتسهيل التعاون الدولي قيد التنفيذ. وتشمل توصيات فريق العمل في هذا الخصوص:

- عمل المراجعات على جهاز إعداد التقارير الخاص بمؤتمر الأطراف،
- تأسيس موقع إلكتروني لاستخدامه كركيزة معرفية ووسيلة للإعلام عن نماذج معينة حول الإعلانات الدولية والترويج والدعم،
- تحديد الأطراف لنقطة اتصال حول الأمور المتعلقة بإعلانات التبغ والترويج والدعم،
- موافقة الأطراف على الاستجابة لأي إشعارات تأتي من الأطراف الأخرى تفيد بأن إعلانات التبغ والترويج والدعم هي تابعة أو نبعت من إقليمهم،
- العمل على مستوى دولي لسلسلة من المهام تشمل: نقل الإشعارات حول إعلانات التبغ الدولية والترويج والدعم، وتحديد الخبراء الذين يمكنهم توفير الدعم الفني والتدريب، وتحديث الأطراف فيما يتعلق بالتطورات ذات الصلة، وتسهيل توفير الدعم الفني وتقييم الاحتياجات البحثية، والارتباط بالهيئات ذات الصلة، وتنسيق الجهود فيما يتعلق بالتقنيات الجديدة، وتعزيز الوعي للعامة، وتوفير التقارير المنظمة حول مدى تقدم الأطراف في تنفيذ المادة 13 وحول مدى فعالية الإجراءات الموضوعية لتسهيل التعاون الدولي،
- فحص أمانة الاتفاقية لآليات توفير الدعم وإعطاء الأطراف التوصل الفعال إلى الإجراءات الموضوعية لتسهيل التعاون الدولي خاصة في البلدان النامية والبلدان التي تمر اقتصادياتها بمرحلة انتقالية، و
- تأسيس فريق من الخبراء حول الإعلانات الدولية والترويج والدعم.

يعتبر تحالف الاتفاقية الإطارية أن مؤتمر الأطراف في جلسته الثالثة عليه اتخاذ كافة التوصيات التي وضعها فريق العمل مع توفير الموارد اللازمة للسماح بالإجراءات الموصى بها بأن يتم تنفيذها بفعالية. على مؤتمر الأطراف المطالبة بأن المهام الموصى بتنفيذها على المستوى الدولي بأسلوب يقره مؤتمر الأطراف، يجب تنفيذها بواسطة أمانة الاتفاقية.

يجب ملاحظة أن هناك عدد من المواضيع تشير فيها التوصيات فقط إلى إعلانات التبغ الدولية والترويج والدعم. يجب إدراك ذلك في إطار تفويض فريق العمل للتوصيات الحالية حول...الإجراءات التي ستسهم في التخلص من الإعلانات الدولية والترويج والدعم. يتفق تحالف الاتفاقية الإطارية مع التوصيات التي وضعها فريق العمل في الفقرة 74 من مسودة التوجيهات على أن مؤتمر الأطراف ينظر في تطبيق الإجراءات الموضوعية لتسهيل التعاون الدولي ليس فقط بالنسبة لإعلانات التبغ الدولية والترويج والدعم، بل أيضاً، إذا استدعى الأمر، بالنسبة لإعلانات التبغ المحلية والترويج والدعم.