

Communiqué de presse – Journée mondiale sans tabac 2013

Pour obtenir des informations supplémentaires : Marty Logan, directeur des communications, Alliance pour la Convention-cadre, tél. : +1 647 631 6685, loganm@fctc.org

L'industrie du tabac s'apaise sans relâche les interdictions de la publicité

La communauté internationale doit franchir cet obstacle afin de protéger la santé publique.

GENÈVE, 31 mai – Les publicités en faveur du tabac n'étant plus diffusées à la télévision, à la radio et dans les journaux, leur interdiction semble être appliquée avec efficacité. Malheureusement, la réalité n'est pas aussi simple. Il reste les panneaux d'affichage, Facebook, les comptoirs des points de vente, les paquets de cigarettes mais aussi plus de 15 milliards d'images des produits du tabac véhiculées chaque année dans les films produits par Hollywood et Bollywood.

Le tabagisme tue près de 6 millions de personnes chaque année. Si aucune action immédiate n'est mise en œuvre, le nombre de décès annuels pourrait grimper jusqu'à huit millions dans le monde entier d'ici 2030. D'après les études, la publicité en faveur du tabac, la promotion et le parrainage du tabac alimentent cette épidémie mondiale.

Même si 19 pays regroupant 425 millions de personnes, soit 6 pour cent de la population mondiale, ont adopté des mesures exhaustives visant à éliminer la publicité en faveur du tabac, la promotion et le parrainage du tabac, 74 pays (soit 38 pour cent de l'ensemble des nations du monde) n'ont mis en place aucune restriction ou ont opté pour des restrictions limitées.

Les gouvernements qui sont devenus des Parties au premier traité global de santé publique, la Convention-cadre de l'Organisation mondiale de la Santé pour la lutte antitabac (CCLAT), ont convenu d'interdire complètement la publicité en faveur du tabac, la promotion et le parrainage du tabac. Or, l'industrie du tabac, à l'influence véritablement internationale, remet en question la quasi-totalité des mesures adoptées par les 176 Parties.

Lors de la Journée mondiale sans tabac, qui a lieu le 31 mai, les organismes de la société civile incitent la communauté internationale à commencer à prendre au sérieux les projets des gérants du tabac pour saper les interdictions de la publicité en faveur du tabac, de la promotion et du parrainage du tabac mais aussi à soutenir les gouvernements qui essaient de remplir leurs obligations envers la CCLAT et de protéger la santé publique.

Par exemple, une loi interdisant la publicité dans les points de vente (sur les comptoirs) est entrée en vigueur en Écosse le 29 avril 2013 après des années de contestation juridique de la part de l'industrie du tabac. Cette interdiction est comprise dans la loi écossaise « Tobacco and Primary Medical Services (Scotland) Act » votée en 2010. Toutefois, son application a été repoussée à cause d'allégations de l'industrie du tabac devant un tribunal soutenant que le Parlement écossais outrepassait ses droits. La Cour suprême du Royaume-Uni a finalement maintenu l'interdiction en décembre 2012.

La même année, l'Open d'Indonésie, un tournoi international de badminton organisé par la Fédération internationale de badminton (Badminton World Federation ou BWF), était parrainé par Djarum, une marque indonésienne de produits du tabac. (L'Indonésie n'a pas ratifié la CCLAT de l'OMS mais a déclaré qu'elle avait mis en place certaines limitations de la publicité en janvier 2013.) Cette compétition sportive a été retransmise à la télévision dans plusieurs pays, notamment Hong Kong, la Malaisie, le Danemark, Singapour et l'Allemagne. Par conséquent, les téléspectateurs de ces pays ont été exposés à

des publicités. Sur son site Web, la fédération a annoncé l'organisation de la compétition parrainée par Djarum. En outre, elle a indiqué que ce fabricant de tabac parrainera l'Open d'Indonésie en 2013.

Au Brésil, l'agence de réglementation du tabac, l'ANVISA, a suggéré fin 2010 la mise en place de restrictions de la publicité en faveur du tabac sur les comptoirs des points de vente. Peu de temps après cette annonce, le ministère brésilien de la Finance a proposé d'accélérer un projet de loi comprenant des mesures financières et fiscales. L'industrie du tabac a alors trouvé une brèche dans laquelle elle s'est engouffrée. En effet, elle a usé de son influence auprès des membres du congrès du Brésil pour ajouter des amendements à la loi de finances qui affaibliraient les réglementations de l'ANVISA.

Après une kyrielle de manœuvres politiques, les défenseurs de la lutte antitabac ont dû accepter un compromis, à savoir l'adoption de mesures positives sur plusieurs points, notamment les taxes sur le tabac, contre la mise en place d'une exception autorisant la présence de paquets de cigarettes sur les comptoirs des points de vente.

« Si elles sont correctement appliquées, les interdictions de la publicité en faveur du tabac, de la promotion et du parrainage du tabac sont efficaces », déclare Laurent Huber, directeur de l'Alliance pour la Convention-cadre regroupant plus de 350 organismes de la société civile dans le monde qui soutiennent la CCLAT de l'OMS. « Cependant, l'industrie du tabac intrigue pour contourner toutes les mesures adoptées par les gouvernements en vue de réglementer la publicité en faveur du tabac, la promotion et le parrainage du tabac. Elle a de plus en plus recours à des armes juridiques pour remettre en question les tentatives de protection de la santé publique devant des tribunaux nationaux et des organismes internationaux, comme l'OMS. »

Par exemple, l'Australie est devenue en 2012 le premier pays au monde à instaurer des paquets de cigarettes uniformes qui ne comportent aucun logo de fabricant, aucune couleur ni aucune autre image de marque mais qui sont recouverts de mises en garde sanitaires graphiques. L'industrie du tabac a immédiatement riposté devant les tribunaux nationaux et l'Organisation mondiale de la Santé.

Cette action menée par Philip Morris International a galvanisé les défenseurs de la santé publique dans le monde entier. D'autres gouvernements, notamment la Nouvelle-Zélande, le Royaume-Uni, l'Afrique du Sud et l'Inde, envisagent aujourd'hui de mettre en place des paquets uniformes.

« Le respect des directives de la CCLAT pour l'application de l'article 13 sur la publicité en faveur du tabac, la promotion et le parrainage du tabac est le meilleur moyen d'appliquer des mesures efficaces en la matière, » affirme Laurent Huber. Dans le cadre de ces obligations, il faut surveiller les tactiques d'opposition de l'industrie du tabac et d'autres groupes mais aussi modifier les interdictions afin de faire face aux nouvelles technologies médiatiques et tactiques de l'industrie.

Il existe d'autres meilleures pratiques liées à l'interdiction de la publicité en faveur du tabac, de la promotion et du parrainage du tabac, notamment les suivantes :

- Adopter une interdiction complète de toutes les formes directes et indirectes de publicité en faveur du tabac, de promotion et de parrainage du tabac. Les interdictions partielles permettront à l'industrie du tabac de changer de ressources et d'avoir recours à des formes de publicité en faveur du tabac, de promotion et de parrainage du tabac qui ne sont pas interdites.
- Prendre en compte l'ensemble des plates-formes et des acteurs médiatiques de manière exhaustive.
- Éliminer les codes basés sur le volontariat suggérés par l'industrie du tabac.
- S'assurer que l'interdiction concerne les promotions nationales et importées.
- Imposer des sanctions substantielles en cas de violation de l'interdiction.