

## **Document d'information : adoption de mesures de coopération internationale en vue de l'élimination de la publicité en faveur du tabac, de la promotion et du parrainage**

**Quatrième session de la Conférence des Parties à la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac, 15-20 novembre 2010, Punta del Este, Uruguay**

### Recommandation

L'Alliance pour la Convention-cadre (FCA) recommande à la Conférence des Parties à la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac de décider, à sa quatrième session, d'adopter et d'appliquer les recommandations sur les mesures qui contribueraient à l'élimination de la publicité, de la promotion et du parrainage transfrontières du tabac (Annexe du document FCTC/COP/4/10), en veillant à ce que ces mesures soient également appliquées sur le plan interne. La COP devrait décider de :

- demander aux Parties d'établir une liste des personnes à contacter pour les questions de publicité en faveur du tabac, de promotion et de parrainage, d'informer le Secrétariat de la Convention de toute modification à cet égard, et de permettre aux points focaux de recevoir, de la part d'autres Parties, des notifications concernant la publicité, la promotion ou le parrainage transfrontières menés à partir de leur territoire et d'y répondre ;
- créer un site Web consacré à l'échange d'informations sur la publicité en faveur du tabac, la promotion et le parrainage et demander aux Parties et aux observateurs accrédités de communiquer leurs informations au Secrétariat de la Convention en vue de les diffuser sur le site ;
- intégrer au site Web un dispositif permettant aux observateurs et au public de notifier des cas de publicité, de promotion et de parrainage transfrontières, et demander aux Parties de promouvoir la sensibilisation du public aux questions liées à la publicité en faveur du tabac, à la promotion et au parrainage transfrontières ainsi que la mise à leur disposition du dispositif de notification ;
- mettre en place un groupe d'experts permanent chargé de suivre et de tenir la Conférence des Parties au courant des innovations pertinentes en matière de publicité en faveur du tabac, de promotion et de parrainage, et proposer toute modification nécessaire des lignes directrices pour l'application de l'article 13 et des dispositifs pour faciliter la coopération internationale ; et
- considérer les amendements supplémentaires à adopter dans une version révisée du questionnaire, de telle sorte que l'instrument de notification reflète parfaitement les dispositions des lignes directrices pour l'application de l'article 13.

### **Contexte**

Conformément à l'article 13 de la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac (CCLAT), les Parties sont tenues de mettre en œuvre une interdiction globale de *toute* publicité en faveur du tabac, de *toute* promotion et de *tout* parrainage du tabac dans les cinq ans suivant la ratification de la Convention (à moins que leur constitution ou leurs principes constitutionnels ne les en empêchent, auquel cas elles s'engagent à appliquer des restrictions à *toute* publicité en faveur du tabac, à *toute* promotion et à *tout* parrainage du tabac). L'article 13 prévoit que chaque Partie, sous réserve du cadre juridique et des moyens techniques dont elle dispose, inclue dans son interdiction globale (ou dans ses restrictions) la publicité, la promotion et le parrainage transfrontières à *partir de son*

*territoire*. Il reconnaît par ailleurs le droit souverain des Parties d'interdire la publicité, la promotion et le parrainage transfrontières *entrant sur leur territoire*.

Par ces engagements, les Parties reconnaissent qu'« une interdiction globale de la publicité, de la promotion et du parrainage réduira la consommation des produits du tabac ». Comme le souligne l'avant-propos de la CCLAT, « la commercialisation mondiale » et « les activités transnationales de publicité, de promotion et de parrainage » du tabac sont deux facteurs qui ont significativement « contribué à l'explosion du tabagisme ». L'industrie du tabac sévit dans le monde entier ; elle mobilise d'importantes ressources pour commercialiser ses produits à l'aide de campagnes de marketing agressives et saisit au vol toutes les occasions d'exploiter tout vide juridique dans les restrictions portant sur la publicité en faveur du tabac, la promotion et le parrainage, en vue de développer des formes nouvelles et innovantes de promotion. Dans ce contexte, les Parties à la CCLAT reconnaissent que la réponse au problème de l'épidémie mondiale de tabagisme passe par « la coopération internationale la plus large possible » (Préambule).

Une coopération internationale s'avère indispensable pour l'élimination de la publicité en faveur du tabac, de la promotion et du parrainage, et ce principalement pour trois raisons. Tout d'abord, l'échange, et d'informations sur des problèmes communs, et des 'expériences liées à leur résolution, contribue à aider l'ensemble des Parties à s'acquitter efficacement de leurs obligations. Ensuite, les Parties qui se trouvent à un stade plus avancé de la mise en œuvre de cette interdiction globale sont à même d'aider celles qui se trouvent à un stade plus précoce, via, entre autres, une assistance technique et un transfert de connaissances juridiques. Enfin, le problème de la publicité, de la promotion et du parrainage transfrontières dépasse, par nature, les frontières ; aussi les Parties ne sont-elles pas en mesure de le résoudre individuellement. La coopération est essentielle pour faire face aux formes de publicité, de promotion et de parrainage transfrontières tels que « les médias contemporains comme Internet, les films et les émissions directes par satellite », les produits ou de publications qui voyagent d'un pays ou d'un État à l'autre, ainsi que le parrainage d'événements internationaux.

Les Parties ont jeté les bases de la coopération internationale nécessaire par l'élaboration et l'adoption des lignes directrices pour l'application de l'article 13, ainsi que par la mise en œuvre des aspects à la fois intérieurs et transfrontières de leurs obligations.<sup>1</sup> Toutefois, tel que le soulignent les lignes directrices et les recommandations du groupe de travail, il est indispensable que la Conférence des Parties (COP) prenne des mesures complémentaires. À sa troisième session (COP-3), la Conférence des Parties a décidé qu'elle examinerait plus en profondeur les recommandations ayant trait à la coopération internationale lors de sa quatrième session, ainsi que le rapport du Secrétariat de la Convention chargé d'évaluer les effets de ces recommandations.<sup>2</sup> Le rapport du Secrétariat de la Convention (document FCTC/COP/4/10) indique que la mise en œuvre des recommandations est possible et qu'elle devra être soumise à la décision de la COP.

### **Mesures recommandées**

Les lignes directrices pour l'application de l'article 13 reconnaissent qu'« une coopération internationale efficace joue un rôle fondamental pour l'élimination de la publicité en faveur du tabac, de la promotion et du parrainage tant intérieurs que transfrontières ». Elles relèvent les engagements déjà pris par les Parties, notamment au titre de l'article 13.6 (coopération à la mise au point de technologies et d'autres moyens nécessaires pour faciliter l'élimination de la publicité transfrontière), de l'article 19 (responsabilité), de l'article 20 (recherche, surveillance et échange d'informations), de l'article 21 (notification et échange d'informations), de l'article 22 (coopération dans les domaines scientifique, technique et juridique et fourniture de compétences connexes) et de l'article 26 (ressources financières) de la Convention. Elles soulignent également que « les Parties gagneraient à échanger des informations, des expériences et des compétences concernant *toute* publicité, *toute*

---

<sup>1</sup> Élaboration de directives pour l'application de l'article 13 (Organisation mondiale de la Santé, Conférence des Parties à la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac, deuxième session, décision FCTC/COP2(8)) ; Directives pour l'application de l'article 13 (Publicité en faveur du tabac, promotion et parrainage) (Organisation mondiale de la Santé, Conférence des Parties à la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac, troisième session, décision FCTC/COP3(12)).

<sup>2</sup> Mesures qui contribueraient à l'élimination de la publicité, de la promotion et du parrainage transfrontières (relatives à l'article 13) (Organisation mondiale de la Santé, Conférence des Parties à la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac, troisième session, décision FCTC/COP3(14)).

promotion et *tout* parrainage, et non pas uniquement la publicité, la promotion et le parrainage transfrontières ».

L'Alliance pour la Convention-cadre (FCA) soutient pleinement l'adoption des recommandations sur les mesures de coopération internationale qui pourraient contribuer à l'élimination de la publicité, de la promotion et du parrainage transfrontières du tabac (Annexe du document FCTC/COP/4/10). Tel que spécifié dans les lignes directrices, de telles mesures pour éliminer la publicité en faveur du tabac, la promotion et le parrainage « présentent également des avantages » à l'intérieur des frontières et devraient y être appliquées aussi largement que possible. La COP-4 devrait décider de :

- demander aux Parties d'établir une liste de « personnes-contacts » pour les questions de publicité en faveur du tabac, de promotion et de parrainage et d'échanger des informations concernant des cas de publicité, de promotion et de parrainage transfrontières par le biais de cette liste de contacts ;
- créer un site Web en mesure de servir de « centre de connaissances » aux Parties, aux observateurs accrédités et au public ;
- intégrer au site Web un dispositif permettant aux observateurs et au public de notifier des cas de publicité, de promotion et de parrainage transfrontières ;
- mettre en place un groupe d'experts permanent chargé de surveiller et passer en revue les innovations pertinentes, et de proposer toute modification nécessaire des lignes directrices et des dispositifs instaurés pour faciliter la coopération internationale ; et
- modifier l'instrument de notification de telle sorte qu'il reflète les lignes directrices et les dispositions de l'article 13.

La FCA cautionne la recommandation du Secrétariat de la Convention d'adopter lesdites mesures prescrites par le groupe de travail, dont la coopération technique et financière et la coopération avec d'autres organismes compétents, dans le cadre d'efforts plus larges visant à la mise en œuvre d'articles déterminants (y compris, notamment, les articles 22 et 26).

#### **Liste de contacts**

La FCA approuve la recommandation du groupe de travail selon laquelle la COP devrait demander aux Parties de « désigner des personnes à contacter sur les questions concernant la publicité en faveur du tabac, la promotion et le parrainage pour les liens avec le Secrétariat de la Convention et aviser le Secrétariat de la Convention de toute modification à cet égard ». Ce point de contact pourrait être le même que celui en charge de la de coordination ou le point focal national inscrit à l'article 5.2 de la CCLAT, ou un membre du personnel particulier ou une unité faisant ou non partie intégrante du point focal national. Tel que souligné dans le rapport du Secrétariat de la Convention, « la publicité, la promotion et le parrainage relèvent parfois de la compétence d'entités différentes selon les Parties ». L'identification d'une liste de contacts et, de ce fait, de voies de communication claires, dans chaque Partie facilitera considérablement la coopération en vue d'éliminer la publicité en faveur du tabac, la promotion et le parrainage du tabac.

La FCA soutient également la recommandation du groupe de travail proposant que « lorsqu'elles reçoivent d'une autre Partie une notification concernant une publicité en faveur du tabac, une promotion et un parrainage transfrontières qui semblent être menés ou avoir été menés à partir de son territoire, les Parties en accusent réception et informent dans un délai raisonnable la Partie dont elle émane de toute enquête ou autre mesure prise pour y donner suite ». Le groupe de travail a proposé, d'une part, d'inclure de telles procédures de notification et de réponse dans un éventuel protocole sur la publicité, la promotion et le parrainage transfrontières du tabac, et, d'autre part, de les considérer comme une mesure susceptible d'être prise en dehors de tout protocole, la transmission des notifications devant s'effectuer « suivant des modalités à définir par la Conférence de Parties ».

Au vu du vaste mandat de la Conférence des Parties défini par l'article 23 de la Convention-cadre et des engagements déjà pris par les Parties en matière de coopération internationale, notamment, aux termes de l'article 13.6, en matière de « coopération à la mise au point de technologies et d'autres moyens nécessaires pour faciliter l'élimination de la publicité transfrontière », la FCA adhère à la recommandation du groupe de travail qui conseille à la COP de demander aux Parties d'accuser réception des notifications en provenance d'autres Parties et d'informer les Parties dont elles émanent des mesures prises pour y donner suite. La FCA est d'avis que les personnes à contacter sur les

questions concernant la publicité, la promotion et le parrainage du tabac, désignées dans les Parties, devraient se charger de transmettre ces notifications et d'y répondre.

#### **Site Web :**

La FCA approuve la recommandation du groupe de travail de créer un site Web servant de centre de connaissances et comprenant une liste de contacts dans les Parties pour les questions concernant la publicité, la promotion et le parrainage du tabac, et permettant l'échange d'informations pertinentes, notamment en ce qui concerne :

- les lois, les règlements et la jurisprudence en la matière ;
- les violations ou les violations présumées des lois ou règlements, et les enquêtes en cours ou les mesures de répression appliquées ;
- les personnes ou entités prenant part aux activités de publicité en faveur du tabac, de promotion et de parrainage du tabac ;
- les méthodes et les formes nouvelles et émergentes de publicité en faveur du tabac, de promotion et de parrainage ;
- les innovations technologiques ;
- les programmes d'éducation, de formation ou de sensibilisation du public ;
- les besoins et les possibilités de recherche ; et
- les experts susceptibles d'apporter assistance technique et formation sur des questions pertinentes.

Le site devrait, si possible, être hébergé au sein du système existant du Secrétariat de la Convention de l'OMS. Tel que souligné dans le rapport du Secrétariat de la Convention, les Parties partagent déjà toute une série d'informations via la base de données répertoriant les rapports des Parties sur le site du Secrétariat. Le système de notification offre aux Parties un cadre pour l'échange d'informations pertinentes à deux ou trois ans d'intervalle, concernant notamment les lois, les règlements et la jurisprudence, les programmes de sensibilisation et de formation du public, ainsi que les besoins et les possibilités en matière de soutien technique et financier. Il est à noter que le site Web consacré à l'échange d'informations sur la publicité en faveur du tabac, la promotion et le parrainage du tabac devrait être soigneusement conçu afin de permettre un échange plus fréquent et plus large d'informations, la réception d'informations de la part d'organisations observatrices gouvernementales et non gouvernementales accréditées, ainsi qu'un accès aisé auxdites informations par le biais d'une fonction de recherche par thème.

La FCA appuie la recommandation du groupe de travail de diviser le site Web en trois sections afin de restreindre l'accès à certaines informations. Elle considère toutefois que toutes les informations devraient être accessibles au public, à moins qu'un accès limité aux Parties ou aux Parties et aux observateurs accrédités ne soit expressément demandé par la Partie ou l'entité dont émane cette information. Un accès restreint pourrait, par exemple, s'avérer nécessaire pour les informations concernant : les violations ou les violations présumées des lois ou règlements, les enquêtes en cours et les mesures de répression appliquées, certaines méthodes et formes nouvelles et émergentes de publicité en faveur du tabac, de promotion et de parrainage, les innovations technologiques, ainsi que les besoins et les possibilités de recherche. Si une telle restriction d'accès s'impose, le membre du personnel du Secrétariat de la Convention responsable du site téléchargera les informations uniquement dans l'espace réservé aux Parties ou, selon les cas, dans l'espace réservé aux Parties et aux observateurs accrédités.

La FCA soutient également l'idée d'intégrer au site Web « un dispositif permettant de notifier les cas de publicité, de promotion et de parrainage transfrontières ». Cette recommandation repose sur celle formulée par le groupe d'experts lors de la première session de la COP (COP-1), à savoir l'établissement d'un pôle international de connaissances comprenant un « service de déclaration » par Internet facile à utiliser, et permettant au public « de rapporter des faits ou de déposer des plaintes concernant la publicité en faveur du tabac et la promotion et le parrainage transfrontières »<sup>3</sup>,

---

<sup>3</sup> Élaboration de protocoles (Organisation mondiale de la Santé, Conférence des Parties à la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac, première session, décision FCTC/COP1 (16)) ; Élaboration d'un modèle de protocole sur la publicité, la promotion et le parrainage transfrontières (Organisation mondiale de la Santé, Conférence des Parties à la Convention-

tel que le soulignent les lignes directrices : « obtenir l'appui commun pour surveiller le respect des lois contre la publicité en faveur du tabac, la promotion et le parrainage et signaler les violations constitue un élément essentiel de l'application ».

La FCA estime que les sections du site accessibles aux observateurs et au grand public devraient comprendre un dispositif de notification de cas de publicité en faveur du tabac, de promotion et de parrainage qui semblent être transfrontières. De telles notifications devraient être transmises par le membre du personnel du Secrétariat de la Convention responsable du site à la liste de contacts de la Partie ou des Parties concernées. Les lignes directrices reconnaissent que pour que les membres de la communauté puissent assumer ce rôle de surveillance et de notification, « ils doivent être sensibilisés au problème et comprendre la loi et les moyens d'agir en cas d'infraction ». En vue de mettre en place un dispositif de notification efficace, la COP devrait demander aux Parties de promouvoir la sensibilisation du public aux questions liées à la publicité en faveur du tabac, à la promotion et au parrainage transfrontières ainsi que la mise à disposition du dispositif de notification.

### **Groupe d'experts**

La FCA adhère à la recommandation du groupe de travail de constituer un groupe d'experts permanent chargé, d'une part, de tenir la COP au courant des innovations technologiques pertinentes en matière de publicité en faveur du tabac, de promotion et de parrainage transfrontières et des meilleures pratiques pour y faire face, et, d'autre part, de suivre et réexaminer les lignes directrices et les dispositifs mis en place pour faciliter la coopération internationale. La FCA est d'avis que les compétences du groupe d'experts en matière de publicité en faveur du tabac, de promotion et de parrainage devraient s'exercer aussi bien sur le plan interne que transfrontière.

Ce groupe devrait se composer d'experts indépendants venant de chacune des 6 régions de l'OMS et d'organisations observatrices gouvernementales et non gouvernementales accréditées, et se réunir une fois par an. Il devrait être chargé de passer en revue toutes les informations pertinentes relatives à l'application de l'article 13, dont celles disponibles sur le site Web proposé, relatives aux formes émergentes de publicité en faveur du tabac, de promotion et de parrainage, ainsi que les informations concernant les meilleures pratiques pour y faire face. De la même façon, il devrait proposer à la COP toute révision nécessaire des lignes directrices et des dispositifs mis en place pour faciliter la coopération internationale en vue de l'élimination de la publicité en faveur du tabac, de la promotion et du parrainage du tabac. Enfin, il serait tenu de communiquer au membre du personnel du Secrétariat de la Convention responsable du site Web, les noms et les coordonnées des experts identifiés dans l'exercice de ses fonctions, qui sont « susceptibles d'apporter une assistance technique et une formation aux Parties sur les questions pertinentes », ainsi que tous les besoins et possibilités identifiés en matière de recherche.

### **Instrument de notification**

Le rapport du Secrétariat de la Convention précise que « les recommandations du groupe de travail tendant à une révision des questions figurant dans l'instrument de notification de la Convention ont déjà été appliquées ». S'il est vrai que certaines modifications ont été apportées aux questions de la Phase 2 de l'instrument de notification (questions relevant du groupe 2), relatives à l'application de l'article 13, la FCA ne pense pas que les questions révisées « reflètent les principales dispositions des lignes directrices sur l'article 13, telles que recommandées par le groupe de travail. La FCA craint que les questions ne témoignent d'une interprétation qui est, sous bien des aspects, en contradiction avec l'article 13 et ses lignes directrices. Si elles ne sont pas corrigées, ces erreurs dans l'instrument de notification pourraient avoir de sérieuses répercussions sur la compréhension des Parties et le respect de leurs obligations en matière de publicité en faveur du tabac, de promotion et de parrainage du tabac.

La première inquiétude de la FCA réside dans le fait que lorsqu'une Partie répond « oui » à la question 3.2.7.1 pour signifier qu'elle a instauré une interdiction globale de toute publicité en faveur du tabac, de toute promotion et de tout parrainage – la principale obligation engageant les Parties au titre de l'article 13 (sous réserve de contraintes constitutionnelles) – elle doit ensuite répondre à la question 3.2.7.2 demandant si l'interdiction couvre toute une série de formes spécifiques de publicité,

---

cadre de l'OMS pour la lutte antitabac, deuxième session, point 5.4.2 de l'ordre du jour provisoire, A/FCTC/COP/2/10, 19 avril 2007).

de promotion et de parrainage. Or, cela implique qu'une Partie pourrait avoir adopté une interdiction globale sans avoir toutefois interdit certaines (voire aucunes) de ces formes de publicité, de promotion et de parrainage. Cette interprétation est en contradiction avec les termes de l'article 13 exigeant l'instauration d'une interdiction globale de « toute forme de publicité en faveur du tabac, de promotion et de parrainage du tabac » – conformément aux définitions d'ordre général énoncées à l'article 1 – et avec les lignes directrices pour son application comportant des recommandations détaillées quant à la portée de l'interdiction globale imposée et incluant une « liste indicative (non exhaustive) de formes de publicité, de promotion et de parrainage tombant sous le coup de l'interdiction ». À l'exception de la représentation du tabagisme et des produits du tabac dans les médias de divertissement (que les lignes directrices reconnaissent comme une forme possible de publicité et de promotion du tabac ne nécessitant toutefois pas d'être complètement interdite), chacune des formes de publicité, de promotion et de parrainage énoncées à la question 3.2.7.2 devrait tomber sous le coup de l'interdiction globale.<sup>4</sup> Aussi, en répondant « oui » à la question de l'instauration d'une interdiction globale, chaque Partie est censée indiquer qu'elle a effectivement interdit chacune des formes énoncées. Si l'une de ces formes de publicité, de promotion et de parrainage n'est pas interdite, l'interdiction ne devrait pas être qualifiée de globale.

Le fait qu'il soit demandé à une Partie de sauter les questions 3.2.7.6-3.2.7.9, relatives à l'application de l'article 13.4, lorsqu'elle répond « oui » à la question de savoir si elle a instauré une interdiction globale préoccupe également la FCA. Cette consigne est en contradiction avec les lignes directrices, qui reconnaissent que « certaines formes très limitées de communications, de recommandations ou d'actions commerciales pertinentes pourraient subsister après l'application d'une interdiction globale ». Autrement dit, les Parties ayant instauré une interdiction globale sont susceptibles de devoir encore s'acquitter de certaines obligations au titre de l'article 13.4.

La FCA reconnaît que la formulation de questions portant sur l'application de l'article 13 est une tâche ardue. Et ce, tout d'abord du fait que les termes « publicité en faveur du tabac, promotion et parrainage » couvrent une infinité d'activités diverses et que le lien entre les articles 13.2 et 13.3 ainsi que certaines parties de l'article 13.4 est difficile à appréhender. Consciente de ces difficultés, la FCA pense qu'il est impératif de formuler des orientations à partir des lignes directrices pour l'application de l'article 13, afin d'amender les questions dans une version révisée du questionnaire.

Les Parties devraient être amenées à répondre « oui » à la question demandant si elles ont instauré une interdiction globale de toute publicité en faveur du tabac, de toute promotion et de tout parrainage uniquement si toutes les formes de publicité en faveur du tabac, de promotion et de parrainage incluses dans l'Appendice des lignes directrices ont été interdites, y compris les formes transfrontières (aussi bien entrantes que sortantes). Si une Partie répond « non » à la question de savoir si elle a instauré une interdiction globale, il devrait lui être demandé si elle est dans l'incapacité d'instaurer une interdiction globale du fait de sa constitution ou de ses principes constitutionnels, et de fournir des informations détaillées sur les restrictions appliquées en matière de publicité, de promotion et de parrainage. Conformément à l'approche adoptée dans les lignes directrices, toutes les Parties devraient être tenues de fournir des informations sur l'application des mesures énoncées à l'article 13.4 concernant les formes de publicité, de promotion et de parrainage pas, ou pas encore, interdites.

---

<sup>4</sup> Sur « la présentation et la visibilité des produits du tabac dans les points de vente », voir les paragraphes 8 et 14 des lignes directrices et le troisième point de l'Appendice ; sur « l'Internet national » et « l'Internet mondial », voir le dernier point de la recommandation suivant le paragraphe et voir les paragraphes 18-21, 48, 58-59, ainsi que le premier point de l'Appendice ; sur « l'extension et/ou l'échange de marques », voir les paragraphes 8 et 22-24, et le sixième point de l'Appendice ; sur « le placement de produits comme moyen de publicité ou de promotion », voir les paragraphes 8 et 30, ainsi que le septième point de l'Appendice ; sur « le parrainage par l'industrie du tabac de manifestations ou d'activités internationales et/ou de participants à celles-ci », voir les paragraphes 7 et 8, le troisième point de la recommandation suivant le paragraphe 59, ainsi que le dix-neuvième point de l'Appendice ; sur les contributions ou les activités « pour des causes socialement responsables », voir les paragraphes 25 à 28 et le dix-neuvième point de l'Appendice ; sur « la publicité, la promotion et le parrainage transfrontières à partir de votre territoire », voir les paragraphes 46 à 50 ; sur « la publicité, la promotion et le parrainage transfrontières pénétrant sur votre territoire », voir les paragraphes 51 à 52.