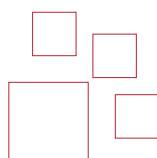
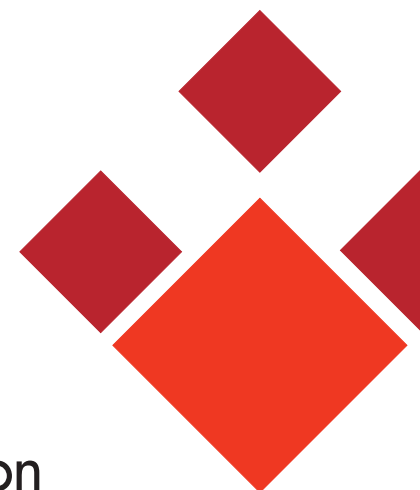


CONVENTION-CADRE DE L'OMS POUR LA LUTTE ANTITABAC

Directives pour l'application

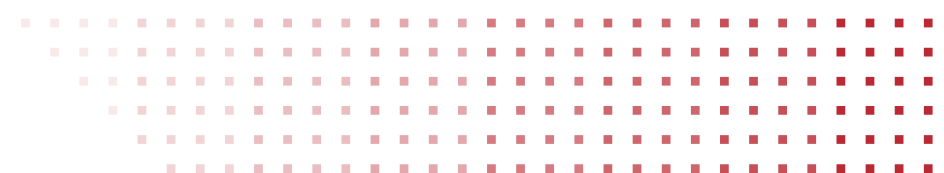
de l'article 5.3, de l'article 8, de l'article 11 et de l'article 13



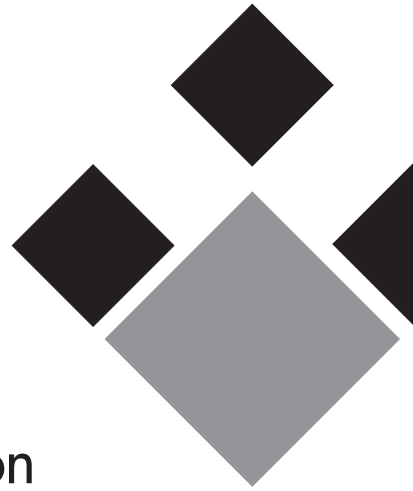
Secrétariat de la Convention-cadre
Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac
Organisation mondiale de la Santé
Avenue Appia 20, 1211 Genève 27, Suisse
Tél: +41 22 791 50 43 Fax: +41 22 791 58 30
Mail: fctcsecretariat@who.int
Web: www.who.int/fctc



FCTC
CONVENTION-CADRE DE L'OMS
POUR LA LUTTE ANTITABAC



CONVENTION-CADRE DE L'OMS POUR LA LUTTE ANTITABAC



Directives pour l'application

de l'article 5.3, de l'article 8, de l'article 11 et de l'article 13



FCTC

CONVENTION-CADRE DE L'OMS
POUR LA LUTTE ANTITABAC

Catalogage à la source: Bibliothèque de l'OMS:

Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac : directives pour l'application de l'article 5.3, de l'article 8, de l'article 11 et de l'article 13.

1.Industrie tabac - législation. 2.Tabagisme - effets indésirables. 3.Tabagisme - législation. 4.Etiquetage des produits dérivés du tabac. 5.Campagnes de lutte contre le tabac. 1.Organisation mondiale de la Santé.

ISBN 978 92 4 259822 3

(NLM classification: HD 9130.6)

© Organisation mondiale de la Santé 2009

Tous droits réservés. Il est possible de se procurer les publications de l'Organisation mondiale de la Santé auprès des Editions de l'OMS, Organisation mondiale de la Santé, 20 avenue Appia, 1211 Genève 27 (Suisse) (téléphone : +41 22 791 3264 ; télécopie : +41 22 791 4857 ; adresse électronique : bookorders@who.int). Les demandes relatives à la permission de reproduire ou de traduire des publications de l'OMS – que ce soit pour la vente ou une diffusion non commerciale – doivent être envoyées aux Editions de l'OMS, à l'adresse ci dessus (télécopie : +41 22 791 4806 ; adresse électronique : permissions@who.int).

Les appellations employées dans la présente publication et la présentation des données qui y figurent n'impliquent de la part de l'Organisation mondiale de la Santé aucune prise de position quant au statut juridique des pays, territoires, villes ou zones, ou de leurs autorités, ni quant au tracé de leurs frontières ou limites. Les lignes en pointillé sur les cartes représentent des frontières approximatives dont le tracé peut ne pas avoir fait l'objet d'un accord définitif.

La mention de firmes et de produits commerciaux ne signifie pas que ces firmes et ces produits commerciaux sont agréés ou recommandés par l'Organisation mondiale de la Santé, de préférence à d'autres de nature analogue. Sauf erreur ou omission, une majuscule initiale indique qu'il s'agit d'un nom déposé.

L'Organisation mondiale de la Santé a pris toutes les précautions raisonnables pour vérifier les informations contenues dans la présente publication. Toutefois, le matériel publié est diffusé sans aucune garantie, expresse ou implicite. La responsabilité de l'interprétation et de l'utilisation dudit matériel incombe au lecteur. En aucun cas, l'Organisation mondiale de la Santé ne saurait être tenue responsable des préjudices subis du fait de son utilisation.

Imprimé en France

SOMMAIRE

**DIRECTIVES POUR L'APPLICATION DE L'ARTICLE 5.3
DE LA CONVENTION-CADRE DE L'OMS POUR LA LUTTE ANTITABAC**

*Protection des politiques de santé publique en matière de lutte antitabac
face aux intérêts commerciaux et autres de l'industrie du tabac1*

**DIRECTIVES POUR L'APPLICATION DE L'ARTICLE 8
DE LA CONVENTION-CADRE DE L'OMS POUR LA LUTTE ANTITABAC**

Protection contre l'exposition à la fumée du tabac17

**DIRECTIVES POUR L'APPLICATION DE L'ARTICLE 11
DE LA CONVENTION-CADRE DE L'OMS POUR LA LUTTE ANTITABAC**

Conditionnement et étiquetage des produits du tabac.....31

**DIRECTIVES POUR L'APPLICATION DE L'ARTICLE 13
DE LA CONVENTION-CADRE DE L'OMS POUR LA LUTTE ANTITABAC**

Publicité en faveur du tabac, promotion et parrainage.....49

AVANT-PROPOS

La présente publication contient la première série de directives adoptées par la Conférence des Parties à ses deuxième (2007) et troisième (2008) sessions. Ces quatre directives couvrent un vaste éventail de dispositions de la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac, telles que la protection des politiques de santé publique en matière de lutte antitabac contre l'influence des intérêts commerciaux et autres de l'industrie du tabac (article 5.3) ; la protection contre l'exposition à la fumée du tabac (article 8) ; le conditionnement et l'étiquetage des produits du tabac (article 11) ; et la publicité en faveur du tabac, promotion et parrainage (article 13). La présente publication a été préparée par le Secrétariat de la Convention dans le but de promouvoir la mise en oeuvre de la Convention-cadre.

Ces directives sont destinées à aider les Parties à remplir leurs obligations au titre des dispositions respectives de la Convention. Elles réunissent les points de vue exprimés par les Parties sur différents aspects de la mise en oeuvre, sur leurs expériences et les résultats obtenus, ainsi que sur les défis qui se posent. Elles visent par ailleurs à traduire et promouvoir les meilleures pratiques et les meilleures normes dont les gouvernements bénéficieraient dans la mise en oeuvre du traité.

Des groupes de travail intergouvernementaux sont en train d'élaborer des directives sur d'autres articles de la Convention, qui seront soumises à la Conférence des Parties pour examen lors de sessions futures.

Ces directives sont le fruit du travail des représentants des Parties au sein des groupes de travail intergouvernementaux établis par la Conférence des Parties, auquel se sont ajoutées les contributions des Parties, au stade de la formulation des observations et des discussions à la Conférence des Parties, des organisations intergouvernementales et non gouvernementales accréditées en qualité d'observateurs à la Conférence et des experts invités.

Ce vaste processus de consultation et le consensus atteint par les Parties ont fait de ces directives un instrument précieux pour la mise en oeuvre de la Convention-cadre.

Dr Haik Nikogosian
Chef du Secrétariat de la Convention-cadre

Directives pour l'application de l'article 5.3

DIRECTIVES POUR L'APPLICATION DE L'ARTICLE 5.3 DE LA CONVENTION-CADRE DE L'OMS POUR LA LUTTE ANTITABAC

PROTECTION DES POLITIQUES DE SANTE PUBLIQUE EN MATIERE DE LUTTE ANTITABAC FACE AUX INTERETS COMMERCIAUX ET AUTRES DE L'INDUSTRIE DU TABAC

INTRODUCTION

Dans la résolution WHA54.18 relative à la transparence de la lutte antitabac, l'Assemblée mondiale de la Santé, évoquant les conclusions du Comité d'experts sur les documents relatifs à l'industrie du tabac, déclare que « l'industrie du tabac a pendant des années agi avec l'intention expresse de saper le rôle des gouvernements et de l'OMS dans la mise en oeuvre de politiques de santé publique visant à lutter contre l'épidémie de tabagisme ».

Dans le préambule de la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac, les Parties¹ ont reconnu « la nécessité d'être vigilant face aux efforts éventuels de l'industrie du tabac visant à saper ou dénaturer les efforts de lutte antitabac et la nécessité d'être informé des activités de l'industrie du tabac qui ont des répercussions négatives sur les efforts de lutte antitabac ».

De plus, l'article 5.3 dispose qu'« en définissant et en appliquant leurs politiques de santé publique en matière de lutte antitabac, les Parties 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 ».

La Conférence des Parties a créé, par la décision FCTC/COP2(14), un groupe de travail chargé d'élaborer des directives pour l'application de l'article 5.3 de la Convention.

Sous réserve du droit souverain des Parties à déterminer et à établir leur politique de lutte antitabac, les Parties sont invitées à appliquer les présentes directives dans toute la mesure possible et en conformité avec leur législation nationale.

But, portée et champ d'application

L'utilisation des directives pour l'application de l'article 5.3 de la Convention aura un impact majeur sur les politiques de lutte antitabac des pays et sur l'application de la Convention du fait qu'elles reconnaissent que les ingérences de l'industrie

¹ « Une partie à un traité est un Etat ou une autre entité avec le pouvoir de conclure des traités qui a exprimé son consentement à être lié par le traité en question ... et à l'égard duquel le traité est en vigueur. » (Source : Organisation des Nations Unies, Collections des traités : <http://untreaty.un.org/English/guide.asp#signatories>).

du tabac, y compris lorsqu'elle relève du secteur public, visent plusieurs domaines de décision en matière de lutte antitabac, tels que définis dans le préambule de la Convention, dans les articles relatifs à des politiques spécifiques de lutte antitabac et dans le Règlement intérieur de la Conférence des Parties à la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac.

Le but des présentes directives est de garantir que les efforts pour protéger la lutte antitabac des intérêts commerciaux et autres de l'industrie du tabac sont à la fois exhaustifs et efficaces. Les Parties devraient appliquer des mesures dans tous les secteurs de l'Etat qui peuvent avoir intérêt ou être aptes à influencer les politiques de santé publique concernant la lutte antitabac.

Les présentes directives ont pour objectif d'aider les Parties² à s'acquitter des obligations juridiques qui leur incombent en vertu de l'article 5.3 de la Convention. Elles s'inspirent des meilleures données scientifiques disponibles et de l'expérience dont disposent les Parties pour faire face aux ingérences de l'industrie du tabac. Elles s'appliquent à l'élaboration et à la mise en oeuvre des politiques de santé publique des Parties concernant la lutte antitabac. Elles s'appliquent également aux personnes, organes et entités qui contribuent ou pourraient contribuer à la conception, la mise en oeuvre, l'administration ou l'exécution de ces politiques.

Les directives sont applicables aux responsables officiels, aux représentants et employés de toute institution ou organe national, étatique, provincial, municipal, local ou autre de caractère public, semi public ou quasi public situés sur le territoire d'une Partie et à toute personne agissant en leur nom. Tous les pouvoirs (exécutif, législatif et judiciaire) chargés d'élaborer et de mettre en oeuvre les politiques de lutte antitabac et de protéger ces politiques des intérêts de l'industrie du tabac doivent être rendus responsables.

De nombreux éléments attestent de la diversité des stratégies et tactiques employées par l'industrie du tabac pour s'ingérer dans l'élaboration et la mise en oeuvre des mesures de lutte antitabac, comme celles que les Parties à la Convention sont tenues d'appliquer. Les mesures recommandées dans les présentes directives visent à conférer une protection contre les ingérences non seulement de l'industrie du tabac, mais aussi, le cas échéant, d'organisations et d'individus qui s'attachent à promouvoir les intérêts de l'industrie du tabac.

Même si les mesures recommandées dans les présentes directives doivent être appliquées par les Parties aussi largement que nécessaire pour pouvoir atteindre au mieux les objectifs de l'article 5.3 de la Convention, les Parties sont vivement incitées à mettre en oeuvre des mesures allant au-delà de celles qui sont recommandées dans les présentes directives lorsqu'elles les adapteront à leur situation particulière.

² Le cas échéant, les directives se réfèrent également à des organisations d'intégration économique régionale.

PRINCIPES DIRECTEURS

Principe 1 : Il y a un conflit fondamental et inconciliable entre les intérêts de l'industrie du tabac et ceux de la santé publique.

L'industrie du tabac assure la production et la promotion d'un produit dont il est avéré scientifiquement qu'il crée une dépendance, qu'il provoque maladies et décès et qu'il est à l'origine de divers maux sociaux, notamment la paupérisation. Donc, les Parties devraient protéger le processus de conception et de mise en oeuvre des politiques de santé publique en matière de lutte antitabac de l'industrie du tabac dans toute la mesure possible.

Principe 2 : Face à l'industrie du tabac ou à ceux qui s'attachent à promouvoir ses intérêts, les Parties devraient être responsables de leurs actes et agir dans la transparence.

Les Parties devraient veiller à rendre des comptes en cas d'interaction avec l'industrie du tabac sur les questions liées à la lutte antitabac ou à la santé publique et garantir la transparence de ces interactions.

Principe 3 : Les Parties devraient exiger de l'industrie du tabac et de ceux qui s'attachent à promouvoir ses intérêts qu'ils travaillent et agissent de manière responsable et transparente.

L'industrie du tabac devrait être tenue de fournir aux Parties les informations nécessaires à la mise en oeuvre effective des présentes directives.

Principe 4 : Parce que ses produits sont mortels, l'industrie du tabac ne devrait pas recevoir d'incitations pour mettre en place ou poursuivre ses activités.

Tout traitement préférentiel de l'industrie du tabac serait en contradiction avec l'action de lutte antitabac.

RECOMMANDATIONS

Face à l'ingérence de l'industrie du tabac dans les politiques de santé publique, il est recommandé de mener les activités importantes suivantes :

- (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) Eviter les conflits d'intérêts chez les responsables officiels ou les employés de l'Etat.
- (5) Exiger la transparence et l'exactitude des informations fournies par l'industrie du tabac.
- (6) Dénormaliser et, dans la mesure du possible, 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.

On trouvera ci après une liste des mesures retenues pour protéger les politiques de santé publique concernant la lutte antitabac des intérêts commerciaux et autres de l'industrie du tabac. Les Parties sont invitées à mettre en oeuvre des mesures au-delà de celles qui sont prévues dans les présentes directives, et rien dans ces dernières n'empêche une Partie d'imposer des prescriptions plus strictes qui soient en conformité avec les présentes recommandations.

(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.

Tous les secteurs de l'Etat et le public doivent être informés et sensibilisés face aux ingérences passées et actuelles de l'industrie du tabac dans l'élaboration et la mise en oeuvre des politiques de santé publique concernant la lutte antitabac. Face à ces ingérences, des mesures spécifiques doivent être prises pour garantir la bonne application de l'ensemble de la Convention.

Recommandations

- 1.1 Compte tenu de l'article 12 de la Convention, les Parties devraient informer et éduquer tous les secteurs de l'Etat et le public en ce qui concerne la nocivité des produits du tabac et le fait qu'ils créent une dépendance et la nécessité de protéger les politiques de santé publique concernant la lutte antitabac des intérêts commerciaux et autres de l'industrie du tabac et aux stratégies et tactiques que cette dernière utilise pour s'ingérer dans l'élaboration et l'application des politiques de santé publique concernant la lutte antitabac.
- 1.2 Les Parties devraient de plus sensibiliser à la pratique de l'industrie du tabac consistant à utiliser des individus, des groupes de façade et des organisations affiliées qui agissent, ouvertement ou non, pour son compte ou s'attachent à promouvoir les intérêts de l'industrie du tabac.

(2) Adopter des mesures pour limiter les interactions avec l'industrie du tabac et garantir la transparence de celles qui ont lieu.

En fixant et en déterminant les politiques de santé publique concernant la lutte antitabac, toute interaction nécessaire avec l'industrie du tabac devrait être menée par les Parties de manière à ne pas donner l'impression d'une collaboration ou d'un partenariat réel ou potentiel résultant de ces interactions ou liés à elles. Dans le cas où l'industrie du tabac se comporte d'une manière susceptible de créer cette impression, les Parties devraient agir pour éviter ou corriger cette impression.

Recommandations

- 2.1 Les Parties ne devraient avoir d'interaction avec l'industrie du tabac que lorsque cela est nécessaire et en se limitant strictement à ce qui est nécessaire pour leur permettre de réglementer efficacement l'industrie du tabac et les produits du tabac.
- 2.2 Lorsque les interactions avec l'industrie du tabac sont nécessaires, les Parties devraient veiller à ce qu'elles aient lieu dans la transparence. Dans toute la mesure possible, les interactions doivent avoir lieu en public, par exemple dans le cadre d'auditions publiques, d'avis publics ou en divulguant au public la documentation relative à ces interactions.

(3) Rejeter les partenariats ainsi que les accords non contraignants ou sans force exécutoire avec l'industrie du tabac.

L'industrie du tabac ne devrait être partenaire d'aucune initiative liée à l'élaboration ou à l'application de politiques de santé publique, étant donné que ses intérêts sont en contradiction directe avec les objectifs de la santé publique.

Recommandations

- 3.1 Les Parties ne devraient ni accepter, ni soutenir, ni agréer les partenariats et les accords sans force exécutoire ou non contraignants ainsi que les arrangements volontaires avec l'industrie du tabac ou une entité ou personne qui s'attache à promouvoir ses intérêts.
- 3.2 Les Parties ne devraient ni accepter, ni soutenir, ni agréer l'organisation, la promotion ou la prise par l'industrie du tabac, d'initiatives concernant les jeunes, l'éducation ou d'autres initiatives directement ou indirectement liées à la lutte antitabac, pas plus que la participation à celles-ci.
- 3.3 Les Parties ne devraient ni accepter, ni soutenir, ni agréer un code de conduite volontaire ou un instrument proposé par l'industrie du tabac en remplacement des mesures de lutte antitabac légalement applicables.
- 3.4 Les Parties ne devraient ni accepter, ni soutenir, ni agréer une offre d'aide ou une proposition de législation ou de politique antitabac mise au point par l'industrie du tabac ou en collaboration avec elle.

(4) Eviter les conflits d'intérêts chez les responsables officiels ou les employés de l'Etat.

Il est très probable que la participation d'organisations ou de particuliers ayant des intérêts commerciaux ou autres dans l'industrie du tabac à l'élaboration des politiques de santé publique concernant la lutte antitabac ait des effets négatifs. Des règles claires concernant les conflits d'intérêts dans le cas de responsables officiels et d'employés de l'Etat chargés de la lutte antitabac constituent un important moyen de protéger ces politiques contre toute ingérence de l'industrie du tabac.

Les versements, dons et services, en espèces ou en nature, et le financement de travaux de recherche proposés par l'industrie du tabac à des institutions publiques, des responsables officiels ou des employés de l'Etat peuvent engendrer des conflits d'intérêts, même si une promesse d'examen favorable n'est pas donnée en échange, car il existe un risque que l'intérêt personnel influence les responsabilités officielles, comme le reconnaît le Code international de conduite des hauts fonctionnaires adopté par l'Assemblée générale des Nations Unies ainsi que par plusieurs gouvernements et organisations d'intégration économique régionale.

Recommandations

- 4.1 Les Parties devraient prévoir une politique concernant la divulgation et la gestion des conflits d'intérêts qui s'appliquera à toutes les personnes associées à l'élaboration et à la mise en oeuvre des politiques de santé publique concernant la lutte antitabac, y compris les responsables officiels, les employés de l'Etat, les consultants et les sous-traitants.
- 4.2 Les Parties devraient concevoir, adopter et mettre en oeuvre à l'intention des fonctionnaires un code de conduite prescrivant les normes à respecter dans les interactions avec l'industrie du tabac.
- 4.3 Les Parties ne devraient pas passer de contrat pour l'exécution de travaux liés à l'élaboration et à la mise en oeuvre de politiques de santé publique concernant la lutte antitabac avec des candidats ou des soumissionnaires dont les intérêts entrent en conflit avec les politiques antitabac en vigueur.
- 4.4 Les Parties devraient élaborer des politiques claires exigeant des fonctionnaires qui jouent ou ont joué un rôle dans l'élaboration et la mise en oeuvre des politiques de santé publique concernant la lutte antitabac qu'ils informent leurs supérieurs de leur intention éventuelle de travailler au sein de l'industrie du tabac, dans un but lucratif ou non, pendant un certain délai après avoir quitté leurs fonctions.
- 4.5 Les Parties devraient élaborer des politiques claires qui exigent des candidats à des postes de fonctionnaires jouant un rôle dans l'élaboration et la mise en oeuvre des politiques de santé publique concernant la lutte antitabac qu'ils déclarent tout travail actuel ou antérieur avec l'industrie du tabac, dans un but lucratif ou non.

- 4.6 Les Parties devraient exiger des fonctionnaires qu'ils déclarent leurs intérêts directs dans l'industrie du tabac et qu'ils s'en séparent.
- 4.7 Les institutions gouvernementales et leurs organes ne devraient pas avoir d'intérêt financier dans l'industrie du tabac, à moins qu'elles ne soient responsables de la gestion de la participation au capital d'une Partie dans une industrie publique du tabac.
- 4.8 Les Parties ne devraient pas autoriser une personne employée par l'industrie du tabac ou une entité qui s'attache à promouvoir ses intérêts à faire partie d'un organe, comité ou groupe consultatif public qui élabore ou applique des mesures de lutte antitabac ou une politique de santé publique.
- 4.9 Les Parties ne devraient pas inclure de personne employée par l'industrie du tabac ou d'entité qui s'attache à promouvoir ses intérêts dans les délégations à des réunions de la Conférence des Parties, de ses organes subsidiaires ou de tout autre organe créé en vertu d'une décision de la Conférence des Parties.
- 4.10 Les Parties ne devraient pas autoriser un fonctionnaire ou un employé de l'Etat ou d'un organe semi-public ou quasi public à accepter des versements, des dons ou des services, en espèces ou en nature, de l'industrie du tabac.
- 4.11 Sous réserve des dispositions de la législation nationale et des principes constitutionnels, les Parties devraient disposer de mesures efficaces pour interdire à l'industrie du tabac ou à une entité qui s'attache à promouvoir ses intérêts de verser des contributions à des partis, candidats ou campagnes politiques, ou exiger que les détails de ces contributions soient intégralement divulgués.

(5) Exiger la transparence et l'exactitude des informations fournies par l'industrie du tabac.

Pour pouvoir prendre des mesures efficaces afin d'empêcher l'industrie du tabac de s'ingérer dans les politiques de santé publique, les Parties doivent être informées de ses activités et ses pratiques, garantissant ainsi la transparence de son fonctionnement. L'article 12 de la Convention prescrit que les Parties doivent favoriser l'accès du public à ces informations conformément à la législation nationale.

L'article 20.4 de la Convention prévoit notamment que les Parties doivent encourager et faciliter les échanges d'informations concernant les pratiques de l'industrie du tabac et la culture du tabac. Conformément à l'article 20.4.c) de la Convention, chaque Partie devrait s'efforcer de coopérer avec les organisations internationales compétentes pour mettre en place progressivement et maintenir un système mondial chargé de recueillir et de diffuser régulièrement des informations sur la production de tabac, la fabrication de produits du tabac et les activités de l'industrie du tabac qui ont un impact sur la Convention ou sur les activités nationales de lutte antitabac.

Recommandations

- 5.1 Les Parties devraient introduire et mettre en oeuvre des mesures pour garantir la transparence de toutes les opérations et activités de l'industrie du tabac.³
- 5.2 Les Parties devraient exiger de l'industrie du tabac et de ceux qui s'attachent à promouvoir ses intérêts qu'ils soumettent périodiquement des informations sur la production de tabac, la fabrication de produits du tabac, la part de marché, les dépenses de commercialisation, les recettes et toutes autres activités, y compris les activités des groupes de pression, les activités caritatives, les contributions politiques et toutes autres activités qui ne sont pas ou pas encore interdites en vertu de l'article 13 de la Convention.³
- 5.3 Les Parties devraient exiger que des règles soient adoptées pour la communication d'informations ou l'enregistrement des entités de l'industrie du tabac, des organisations qui leur sont affiliées et des individus qui agissent en leur nom, y compris les groupes de pression.
- 5.4 Les Parties devraient imposer, conformément à la législation nationale, des sanctions obligatoires à l'industrie du tabac au cas où des informations erronées ou trompeuses seraient fournies.
- 5.5 Les Parties devraient adopter et mettre en oeuvre des mesures efficaces, législatives, exécutives, administratives et autres, garantissant l'accès du public, conformément à l'article 12.c) de la Convention, à un large éventail d'informations sur l'industrie du tabac pertinentes au regard de l'objectif de la Convention, par exemple dans un répertoire public.

(6) Dénormaliser et, dans la mesure du possible, réglementer les activités décrites comme « socialement responsables » par l'industrie du tabac, notamment mais pas exclusivement les activités décrites comme « responsabilité sociale des entreprises ».

L'industrie du tabac mène des activités décrites comme socialement responsables pour se démarquer du caractère mortel du produit qu'elle fabrique et qu'elle vend ou pour s'ingérer dans l'élaboration et la mise en oeuvre des politiques de santé publique. Les activités décrites comme « socialement responsables » par l'industrie du tabac, visant à promouvoir la consommation du tabac, sont une stratégie de commercialisation et de relations publiques qui entre dans le champ de la définition donnée dans la Convention de la publicité, de la promotion et du parrainage.

Selon l'OMS, la responsabilité sociale des entreprises dans l'industrie du tabac est une antinomie en soi car les fonctions fondamentales de l'industrie sont en contradiction avec les buts visés par les politiques de santé publique concernant la lutte antitabac.

³ Sans préjudice des secrets de fabrication ou des informations confidentielles protégés par la loi.

⁴ OMS. *Tobacco industry and corporate social responsibility – an inherent contradiction*. Genève, Organisation mondiale de la Santé, 2004.

Recommandations

- 6.1 Les Parties devraient veiller à ce que tous les secteurs de l'Etat et le public soient informés de l'objet réel et de la portée des activités de l'industrie du tabac décrites comme socialement responsables et soient sensibilisés à la question.
- 6.2 Les Parties devraient s'abstenir d'approuver ou d'appuyer des activités décrites comme socialement responsables tout comme de constituer des partenariats pour ces activités ou d'y participer.
- 6.3 Les Parties ne devraient pas autoriser la communication au public, par l'industrie du tabac ou toute autre personne agissant en son nom, d'informations sur les activités décrites comme socialement responsables ou sur les dépenses encourues pour ces activités, sauf si la loi prévoit que de telles dépenses doivent être notifiées, par exemple dans un rapport annuel.⁵
- 6.4 Les Parties ne devraient autoriser aucun des trois pouvoirs ou le secteur public à accepter des contributions politiques, sociales, financières, éducatives, communautaires ou autres de l'industrie du tabac ou de ceux qui s'attachent à promouvoir ses intérêts, sauf s'ils s'agit de compensations résultant d'un règlement judiciaire ou prévues par la législation ou par des accords juridiquement obligatoires ou ayant force exécutoire.

(7) Ne pas accorder de traitement préférentiel à l'industrie du tabac.

Certains gouvernements encouragent les investissements de l'industrie du tabac et vont même jusqu'à les subventionner en leur accordant des incitations financières telles que l'exemption partielle ou complète de taxes prescrites par la loi.

Sans préjudice du droit souverain de déterminer et d'adopter leurs politiques économiques, financières et fiscales, les Parties devraient respecter leurs engagements en matière de lutte antitabac.

Recommandations

- 7.1 Les Parties ne devraient pas accorder d'incitations, de privilèges ou d'avantages à l'industrie du tabac pour la mise en place ou la poursuite de leurs activités.
- 7.2 Les Parties où l'industrie du tabac n'est pas une société publique ne devraient pas investir dans l'industrie du tabac et dans des secteurs apparentés. Les Parties ayant une industrie publique du tabac devraient s'assurer que tout investissement dans l'industrie du tabac ne les empêche pas de mettre pleinement en oeuvre la Convention-cadre pour la lutte antitabac.
- 7.3 Les Parties ne devraient pas accorder d'exemption fiscale préférentielle à l'industrie du tabac.

⁵ Les directives pour l'application de l'article 13 de la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac abordent ce sujet sous l'angle de la publicité, de la promotion et du parrainage.

(8) Traiter l'industrie publique du tabac comme toute autre industrie du tabac.

L'industrie du tabac peut être publique, privée ou mixte. Les présentes directives s'appliquent à toute l'industrie du tabac, quel que soit son statut.

Recommandations

- 8.1 Les Parties devraient veiller à ce que l'industrie du tabac d'Etat soit traitée comme toutes les autres sociétés de l'industrie du tabac en ce qui concerne l'élaboration et l'application de la politique de lutte antitabac.
- 8.2 Les Parties devraient veiller à ce que la tâche d'élaboration et de mise en oeuvre des politiques de lutte antitabac soit distincte de la tâche de surveillance ou de gestion de l'industrie du tabac.
- 8.3 Les Parties devraient veiller à ce que des représentants de l'industrie publique du tabac ne fassent pas partie des délégations à des réunions de la Conférence des Parties, de ses organes subsidiaires ou de tout autre organe créé conformément aux décisions de la Conférence des Parties.

EXECUTION ET SURVEILLANCE

Exécution

Les Parties devraient mettre en place des dispositifs d'exécution ou, dans la mesure du possible, utiliser les dispositifs d'exécution existants pour s'acquitter des obligations qui leur incombent en vertu de l'article 5.3 de la Convention et pour appliquer les présentes directives.

Surveillance de l'application de l'article 5.3 de la Convention et des présentes directives

La surveillance de l'application de l'article 5.3 de la Convention et des présentes directives est indispensable pour garantir l'adoption et la mise en oeuvre de politiques efficaces de lutte antitabac. Cela devrait aussi impliquer une surveillance de l'industrie du tabac, pour laquelle les modèles et ressources existants devraient être utilisés, comme la base de données sur la surveillance de l'industrie du tabac mise en place par l'Initiative de l'OMS pour un monde sans tabac.

Les organisations non gouvernementales et d'autres membres de la société civile qui ne sont pas affiliés à l'industrie du tabac pourraient jouer un rôle crucial dans la surveillance des activités de l'industrie du tabac.

Les codes de conduite ou les règlements du personnel dans tous les secteurs de l'Etat devraient comporter des dispositions permettant de dénoncer les abus, avec

des mesures adéquates pour protéger les auteurs des dénonciations. De plus, les Parties devraient être incitées à utiliser et faire appliquer des mécanismes pour garantir l'application des présentes directives, par exemple la possibilité d'engager des poursuites devant les tribunaux, d'utiliser les procédures de plainte ou d'avoir recours à un médiateur.

COLLABORATION INTERNATIONALE, MISE A JOUR ET REVISION DES DIRECTIVES

La coopération internationale est indispensable pour progresser afin d'empêcher l'industrie du tabac de s'ingérer dans la conception des politiques de santé publique concernant la lutte antitabac. L'article 20.4 de la Convention jette la base de la collecte et l'échange de savoirs et de données d'expérience sur les pratiques de l'industrie du tabac, compte tenu des besoins particuliers des pays en développement Parties à la Convention et des Parties à économie en transition.

Des efforts ont déjà été faits pour coordonner la collecte et la diffusion des expériences nationales et internationales sur les stratégies et tactiques utilisées par l'industrie du tabac et pour surveiller ses activités. Les Parties bénéficieraient d'un échange de compétences juridiques et stratégiques pour contrer les stratégies de l'industrie du tabac. L'article 21.4 de la Convention dispose que les échanges d'informations sont régis par le droit national relatif à la confidentialité et à la vie privée.

Recommandations

Etant donné que les stratégies et les tactiques utilisées par l'industrie du tabac évoluent sans cesse, il faudrait examiner et réviser périodiquement les présentes directives afin qu'elles continuent d'apporter aux Parties les orientations nécessaires pour protéger leurs politiques de santé publique concernant la lutte antitabac de toute ingérence de l'industrie du tabac.

Les Parties qui font rapport par le biais de l'instrument de notification actuellement prévu dans la Convention devraient fournir des informations sur la production de tabac, la fabrication de produits du tabac et les activités de l'industrie du tabac qui concernent la Convention ou les activités nationales de lutte antitabac. Pour faciliter cet échange d'informations, le Secrétariat de la Convention devrait veiller à ce que les principales dispositions des présentes directives soient reprises dans les phases ultérieures de l'instrument de notification que la Conférence des Parties adoptera progressivement à l'intention des Parties.

Consciente qu'il est de la plus haute importance d'éviter toute ingérence de l'industrie du tabac dans les politiques de santé publique concernant la lutte antitabac, la Conférence des Parties pourra, à la lumière de l'expérience acquise dans le cadre de la mise en oeuvre de ces directives, examiner s'il est nécessaire d'élaborer un protocole en relation avec l'article 5.3 de la Convention.

SOURCES D'INFORMATIONS UTILES

Ouvrages pertinents

Brandt AM. *The cigarette century. The rise, fall, and deadly persistence of the product that defined America*. New York, Basic Books, 2007.

Chapman S. *Making smoking history. Public health advocacy and tobacco control*. Oxford, Blackwell Publishing, 2007.

Callard C, Thompson D, Collishaw N. *Curing the addiction to profits: a supply-side approach to phasing out tobacco*. Ottawa, Canadian Centre for Policy Alternatives and Physicians for a Smoke free Canada, 2005.

Feldman EA, Bayer R (Editors). *Unfiltered: conflicts over tobacco policy and public health*. Boston, Harvard University Press, 2004.

Gilmore A et al. Continuing influence of tobacco industry in Germany. *Lancet*, 2002, 360:1255.

Hastings G, Angus K. *The influence of the tobacco industry on European tobacco control policy. In: Tobacco or health in the European Union. Past, present and future*. Luxembourg, Office for Official Publications of the European Commission, 2004:195–225.

Lavack A. *Tobacco industry denormalization campaigns: a review and evaluation*. Ottawa, Health Canada, 2001.

Mahood G. *Tobacco industry denormalization. Telling the truth about the tobacco industry's role in the tobacco epidemic*. Toronto, Campaign for Tobacco Industry Denormalization, 2004.

Pan American Health Organization. *Profits over people. Tobacco industry activities to market cigarettes and undermine public health in Latin America and the Caribbean*. Washington DC, Pan American Health Organization, 2002.

Simpson D. Germany: still sleeping with the enemy. *Tobacco Control*, 2003, 12:343–344.

Hammond R, Rowell A. *Trust us. We're the tobacco industry*. Baltimore, Johns Hopkins University Press, 2001.

World Health Organization. *Tobacco company strategies to undermine tobacco control activities at the World Health Organization*. Geneva, World Health Organization, 2000.

World Health Organization. *Tobacco industry and corporate social responsibility – an inherent contradiction*. Geneva, World Health Organization, 2004.

Yach D, Bialous S. Junking science to promote tobacco. *American Journal of Public Health*, 2001, 91:1745–1748.

Sources sur le Web

Sites de l'OMS :

Initiative pour un monde sans tabac : <http://www.who.int/tobacco/en/>

Publications de l'OMS sur le tabac :
<http://www.who.int/tobacco/resources/publications/en/>

Bureau régional OMS de l'Europe :
<http://www.euro.who.int/healthtopics/HT2ndLvlPage?HTCode=smoking>

Tobacco control in the Americas (in English and Spanish) :
<http://www.paho.org/english/ad/sde/ra/Tobabout.htm>

Sites contenant des informations générales, régionales ou nationales et des sujets spécifiques liés à la lutte antitabac :

Action on Smoking and Health, UK (and special page for the tobacco industry) :
http://www.newash.org.uk/ash_r3iitasl.htm

Corporate Accountability International and the Network for Accountability of Tobacco Transnationals : www.stopcorporateabuse.org

Economics of tobacco control : <http://www1.worldbank.org/tobacco/>

Commission européenne :
http://ec.europa.eu/health/ph_determinants/life_style/Tobacco/tobacco_en.htm

European Network for Smoking Prevention : <http://www.ensp.org/>

Framework Convention Alliance for Tobacco Control : <http://www.fctc.org/>
Documents en français : <http://www.fctc.org/index.php?item=docs-fr>
Documents en espagnol : <http://www.fctc.org/index.php?item=docs-es>

International Union for Health Promotion and Education :
<http://www.iuhpe.org/?page=18&lang=en>
avec la législation type de lutte antitabac :
http://www.iuhpe.org/?lang=en&page=publications_report2
Résumé français : http://www.iuhpe.org/?page=publications_report2&lang=fr
Résumé espagnol : http://www.iuhpe.org/?page=publications_report2&lang=sp

Industrie du tabac : http://tobacco.health.usyd.edu.au/site/supersite/links/docs/tobacco_ind.htm

Smokefree Partnership : <http://www.smokefreepartnership.eu/>

Thailand Health Promotion Institute : <http://www.thpinhf.org/>

Tobaccopedia: the online tobacco encyclopedia : <http://www.tobaccopedia.org/>

Autres liens avec des sites concernant le tabac :

Liens avec différents sites Web concernant la lutte antitabac aux niveaux international et national :

<http://www.tobacco.org/resources/general/tobsites.html>

Liens avec des sites nationaux de lutte antitabac :

<http://www.smokefreepartnership.eu/National-Tobacco-Control-websites>

Centre de Ressources antitabac : <http://www.tabac-info.net/>

Comité national contre le Tabagisme : <http://www.cnct.org>

Office français de Prévention du Tabagisme : <http://www.oft-asso.fr/>

Actualités sur le tabagisme et la lutte antitabac : <http://www.globalink.org>

Ministère de la Santé, de la Jeunesse et des Sports : <http://www.sante.gouv.fr/>

Directives pour l'application de l'article 8

DIRECTIVES POUR L'APPLICATION DE L'ARTICLE 8 DE LA CONVENTION-CADRE DE L'OMS POUR LA LUTTE ANTITABAC

PROTECTION CONTRE L'EXPOSITION A LA FUMEE DU TABAC

BUT, OBJECTIFS ET CONSIDERATIONS ESSENTIELLES

But des directives

En conformité avec les autres dispositions de la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac et avec les intentions de la Conférence des Parties, les présentes directives visent à aider les Parties à satisfaire à leurs obligations au titre de l'article 8 de la Convention. Elles s'appuient sur les meilleures données factuelles disponibles et sur l'expérience des Parties qui ont réussi à mettre en oeuvre des mesures efficaces pour réduire l'exposition à la fumée du tabac.

Les directives contiennent des déclarations de principe et des définitions convenues des termes employés, ainsi que des recommandations sur les mesures à prendre pour satisfaire aux obligations découlant de la Convention. Elles recensent en outre les mesures nécessaires pour mettre en place une protection efficace contre les dangers de la fumée secondaire. Les Parties sont encouragées à les utiliser non seulement pour satisfaire à leurs obligations juridiques au titre de la Convention, mais aussi pour adopter les meilleures pratiques en matière de protection de la santé publique.

Objectifs des directives

Ces directives ont deux objectifs concomitants. Le premier est d'aider les Parties à répondre à leurs obligations au titre de l'article 8 de la Convention-cadre, en tenant compte des données scientifiques relatives à l'exposition à la fumée de tabac secondaire et des meilleures pratiques mondiales concernant l'application de mesures destinées à promouvoir les environnements sans tabac, de manière à garantir un haut niveau d'observation des dispositions conventionnelles et aider les Parties à atteindre le meilleur état de santé possible. Le second est de recenser les éléments clés d'une législation visant à protéger efficacement la population contre l'exposition à la fumée du tabac conformément à l'article 8.

Considérations sous-jacentes

L'élaboration de ces directives a été influencée par les considérations fondamentales suivantes :

- (a) Le devoir de protéger la population contre la fumée du tabac, consacré par l'article 8 de la Convention, trouve son origine dans les droits et libertés fondamentaux de la personne humaine. Compte tenu des dangers présentés par la fumée de tabac secondaire, le devoir de protéger la population contre

l'exposition à la fumée du tabac fait implicitement partie, notamment, du droit à la vie et du droit au meilleur état de santé qu'il est possible d'atteindre reconnus dans de nombreux instruments juridiques internationaux (y compris la Constitution de l'Organisation mondiale de la Santé, la Convention relative aux droits de l'enfant, la Convention sur l'élimination de toutes les formes de discrimination à l'égard des femmes et le Pacte international relatif aux droits économiques, sociaux et culturels), et il est expressément proclamé dans le préambule de la Convention-cadre de l'OMS et reconnu dans les constitutions de nombreuses nations.

- (b) Le devoir de protéger les individus contre la fumée du tabac correspond à une obligation, pour les gouvernements, de promulguer des lois protégeant les personnes contre tout ce qui menace leurs droits et libertés fondamentaux. Cette obligation vaut pour l'ensemble de la population et non pas seulement pour certains groupes.
- (c) Plusieurs organismes scientifiques faisant autorité ont déterminé que la fumée de tabac secondaire est cancérogène. Certaines Parties à la Convention cadre de l'OMS (par exemple la Finlande et l'Allemagne) ont classé la fumée de tabac secondaire parmi les substances cancérogènes et ont inclus la prévention contre l'exposition à cette fumée sur les lieux de travail dans leur législation en matière de santé et de sécurité. En dehors des prescriptions de l'article 8, les Parties pourraient donc être amenées à régler le problème de l'exposition à la fumée du tabac conformément à leurs lois existantes sur l'environnement professionnel et à d'autres lois régissant l'exposition à des substances dangereuses, y compris les produits cancérogènes.

DECLARATION DE PRINCIPES ET DEFINITIONS RELATIVES A LA PROTECTION CONTRE L'EXPOSITION A LA FUMEE DU TABAC

Principes

Ainsi que le souligne l'article 4 de la Convention-cadre de l'OMS, un engagement politique fort est nécessaire pour prendre des mesures visant à protéger tous les individus contre l'exposition à la fumée du tabac. L'application de l'article 8 de la Convention devrait être guidée par les principes convenus suivants.

Principe 1

Des mesures efficaces de protection contre l'exposition à la fumée du tabac comme celles qui sont envisagées à l'article 8 de la Convention cadre de l'OMS passent par une interdiction totale de fumer et par une élimination totale de la fumée du tabac dans un espace ou un environnement donnés afin de créer un environnement à 100 % sans tabac. Il n'existe pas de seuil au-dessous duquel l'exposition à la fumée du tabac serait sans danger, et des notions comme celles de seuil de toxicité pour la fumée secondaire devraient être rejetées, car elles sont démenties par les données scientifiques. Toutes les solutions autres qu'un environnement à 100 % sans tabac, y compris la ventilation, la filtration de l'air et la création de zones fumeurs désignées (qu'elles soient ou non équipées de systèmes de ventilation séparés) ont fait

à maintes reprises la preuve de leur inefficacité et il existe quantité de données probantes, scientifiques ou autres, qui montrent que les solutions techniques ne protègent pas contre l'exposition à la fumée du tabac.

Principe 2

Tout le monde devrait être protégé contre l'exposition à la fumée du tabac. Tous les lieux de travail intérieurs et tous les lieux publics intérieurs devraient être sans tabac.

Principe 3

Il est nécessaire de légiférer pour protéger les gens contre l'exposition à la fumée du tabac. En la matière, les politiques reposant sur le volontariat ont montré à maintes reprises leur inefficacité et n'offrent pas une protection adéquate. Pour être efficace, la législation doit être simple et claire et doit pouvoir être appliquée dans la pratique.

Principe 4

Une bonne planification et des ressources adéquates sont indispensables pour réussir à mettre en oeuvre et à faire appliquer la législation sur les environnements sans tabac.

Principe 5

La société civile a un rôle central à jouer en soutenant les mesures de protection contre la fumée du tabac et en contribuant à les faire respecter, et elle devrait être activement associée au processus d'élaboration, de mise en oeuvre et d'application de la loi.

Principe 6

La mise en oeuvre de la législation sur les environnements sans tabac ainsi que son application pratique et son impact devraient faire l'objet d'une surveillance et d'une évaluation. Il faudrait en particulier surveiller – et lutter contre – les activités de l'industrie du tabac qui font obstacle à la mise en oeuvre et à l'application de la législation, comme le prévoit l'article 20.4 de la Convention-cadre de l'OMS.

Principe 7

La protection de la population contre l'exposition à la fumée du tabac devrait être renforcée et étendue si nécessaire, notamment par une modification de la législation ou l'adoption de nouvelles lois et leur application plus stricte et par d'autres mesures tenant compte des nouvelles données scientifiques et des enseignements tirés des études de cas.

Définitions

Lorsqu'on élabore une législation, il est important de définir avec soin les principaux termes employés. Plusieurs recommandations concernant les définitions qui paraissent appropriées à la lumière de l'expérience de nombreux pays sont formulées ci-après. Les définitions proposées dans cette section complètent celles qui figurent déjà dans la Convention-cadre de l'OMS.

« Fumée secondaire » ou « fumée environnementale »

Plusieurs termes différents sont communément employés pour décrire le type de fumée visé à l'article 8 de la Convention-cadre de l'OMS, par exemple « fumée secondaire », « fumée environnementale » et « fumée des autres ». Il faut éviter d'utiliser des expressions telles que « tabagisme passif » et « exposition involontaire à la fumée du tabac », car l'expérience en France et dans d'autres pays a montré que l'industrie du tabac pouvait utiliser ces termes pour étayer l'idée que l'exposition « volontaire » serait acceptable. Les expressions « fumée secondaire » et « fumée environnementale », pour lesquelles les abréviations anglaises « SHS » et « ETS » sont parfois employées, sont préférables ; dans les directives, on a choisi d'utiliser l'expression « fumée secondaire ».

La fumée secondaire peut être définie comme étant « la fumée produite par la combustion d'une cigarette ou d'un autre produit du tabac à laquelle s'ajoute généralement la fumée exhalée par le fumeur ».

« Une atmosphère sans fumée » est une atmosphère qui est à 100 % sans fumée. Cette définition s'applique, mais pas limitativement, aux atmosphères dans lesquelles on ne peut ni voir, ni sentir, ni déceler, ni mesurer de la fumée de tabac.¹

« Fumer »

Ce terme doit être défini comme incluant le seul fait de détenir ou d'utiliser un produit du tabac allumé, que la fumée soit ou non activement inhalée ou exhalée.

« Lieux publics »

La définition précise des « lieux publics » peut varier d'un pays ou territoire à l'autre, mais il est important que la législation définisse ce terme de manière aussi large que possible. La définition utilisée doit s'appliquer à tous les lieux accessibles au grand public et à tous les lieux à usage collectif, indépendamment de leur régime de propriété ou des conditions d'accès.

Lieux « intérieurs » ou « clos »

Aux termes de l'article 8, les lieux de travail et les lieux publics « intérieurs » doivent être protégés contre l'exposition à la fumée du tabac. Etant donné que la définition des lieux « intérieurs » peut présenter certains pièges, il y a lieu d'examiner attentivement l'expérience des différents pays en la matière. Cette définition doit être aussi large et aussi claire que possible, et il faut prendre soin de ne pas établir de listes qui pourraient être interprétées comme excluant potentiellement certains lieux « intérieurs » pertinents. Il est souhaitable que la définition des lieux « intérieurs » (ou « clos ») inclue tout espace couvert par un toit ou entouré par un ou plusieurs murs ou côtés, quels que soient les types de matériaux utilisés pour le toit, le mur ou les côtés, et qu'il s'agisse d'une structure permanente ou temporaire.

« Lieux de travail »

Un « lieu de travail » devrait être défini en gros comme étant « tout lieu utilisé par des personnes au cours de leur travail ou dans le cadre de leur emploi ». Par travail, on n'entend pas seulement les tâches rétribuées, mais aussi le travail

¹ Il peut arriver que des éléments constitutifs de la fumée du tabac soient présents dans l'atmosphère en quantités si infimes qu'ils ne puissent être mesurés. Il faut prendre garde au fait que l'industrie du tabac ou le secteur hôtelier pourraient chercher à exploiter les limitations de cette définition.

volontaire s'il s'agit d'un type de travail pour lequel un salaire est normalement versé. En outre, les « lieux de travail » ne comprennent pas seulement les lieux où le travail est effectué, mais aussi tous les lieux annexes communément utilisés par les travailleurs dans le cadre de leur emploi, y compris par exemple les couloirs, ascenseurs, cages d'escalier, halls d'entrée, installations communes, cafétérias, toilettes, salons, salles de repas, ainsi que les bâtiments extérieurs comme les abris ou hangars. Les véhicules utilisés au cours du travail sont considérés comme des lieux de travail et doivent être nommément désignés comme tels.

Une attention particulière doit aussi être accordée aux lieux de travail qui sont également des lieux d'habitation ou de séjour tels que les prisons, les établissements pour malades mentaux ou les maisons de retraite ou de repos. Ces lieux constituent aussi des lieux de travail pour d'autres personnes qui doivent être protégées contre l'exposition à la fumée du tabac.

« Transports publics »

Les transports publics doivent être définis comme englobant tout véhicule utilisé pour le transport de membres du public, généralement contre rémunération ou pour réaliser un bénéfice commercial. Ils incluent les taxis.

PORTEE D'UNE LEGISLATION EFFICACE

Principes

L'article 8 prescrit d'adopter des mesures efficaces pour protéger les personnes contre l'exposition à la fumée du tabac dans 1) les lieux de travail intérieurs, 2) les lieux publics intérieurs, 3) les transports publics et 4) « d'autres lieux publics », « le cas échéant ».

Cet article crée une obligation d'assurer une protection universelle en faisant en sorte que tous les lieux publics intérieurs, tous les lieux de travail intérieurs, tous les transports publics et éventuellement d'autres lieux publics (extérieurs ou semi-ouverts) soient protégés contre l'exposition à la fumée secondaire. Aucune exception à cette règle ne peut être justifiée par des arguments sanitaires ou juridiques. Si des exceptions doivent être envisagées sur la base d'autres arguments, elles doivent être réduites au minimum. En outre, si une Partie n'est pas en mesure d'assurer immédiatement une couverture universelle, l'article 8 lui fait obligation de s'efforcer d'éliminer aussi vite que possible toutes les exceptions et de rendre la protection générale. Chaque Partie doit s'efforcer d'assurer une protection universelle dans les cinq ans suivant l'entrée en vigueur de la Convention-cadre de l'OMS à l'égard de cette Partie.

Aucun niveau d'exposition à la fumée secondaire n'est sans danger et, ainsi que la Conférence des Parties l'a précédemment reconnu dans sa décision FCTC/COP1(15), les solutions techniques telles que la ventilation, l'aération (échange d'air) et la création de zones fumeurs désignées ne protègent pas contre l'exposition à la fumée du tabac.

La protection devrait être assurée dans tous les lieux de travail intérieurs ou clos, y compris les véhicules à moteur utilisés comme lieux de travail (par exemple les taxis, les ambulances et les véhicules de livraison).

Aux termes de la Convention, des mesures de protection doivent être mises en place non seulement dans tous les lieux publics « intérieurs », mais aussi, le cas échéant, dans « d'autres » lieux publics (c'est-à-dire des lieux extérieurs ou semi-ouverts). Pour déterminer quels sont les lieux publics extérieurs ou semi-ouverts dans lesquels l'application de la législation se justifie, les Parties devraient prendre en compte les données disponibles quant aux risques potentiels pour la santé existant dans ces différents environnements et faire en sorte d'adopter la protection la plus efficace contre l'exposition à la fumée du tabac lorsque les données factuelles prouvent qu'un risque existe.

INFORMER LE PUBLIC, LE CONSULTER ET L'ASSOCIER POUR GAGNER SON SOUTIEN ET FACILITER L'APPLICATION DE LA LEGISLATION

Un rôle important des organismes gouvernementaux, en partenariat avec la société civile, est de sensibiliser le public et les leaders d'opinion aux risques de l'exposition à la fumée de tabac secondaire par des campagnes d'information permanentes, pour faire en sorte que la population comprenne et appuie l'action législative. Les principaux acteurs à cet égard sont les entreprises, les associations de restaurateurs et hôteliers, les groupements d'employeurs, les syndicats, les médias, les professionnels de la santé, les organisations représentant les enfants et adolescents, les institutions d'éducation et les institutions confessionnelles, la communauté des chercheurs et le grand public. L'action de sensibilisation devrait comprendre des consultations avec les secteurs affectés et avec d'autres organisations et institutions lors de l'élaboration de la législation.

Les principaux messages diffusés devraient mettre l'accent sur les dommages causés par l'exposition à la fumée secondaire, sur le fait que l'élimination de la fumée à l'intérieur des locaux est la seule solution scientifiquement valable pour assurer une protection complète contre l'exposition à cette fumée, sur le droit de tous les travailleurs à une égale protection de la loi et sur le fait qu'il ne peut pas y avoir de compromis entre la santé et l'économie, car l'expérience montre dans un nombre croissant de pays que les environnements sans tabac sont profitables à la fois pour la santé et pour l'économie. Les campagnes d'éducation du public devraient aussi cibler des lieux dans lesquels il n'est pas possible ou approprié d'appliquer la législation, comme les résidences privées.

De vastes consultations avec toutes les parties prenantes sont aussi essentielles pour éduquer et mobiliser la communauté et faciliter l'application de la loi lorsqu'elle a été promulguée. Une fois la législation adoptée, des campagnes d'éducation doivent être menées pour aider à la faire appliquer et des informations doivent être fournies aux propriétaires d'entreprises commerciales et aux gestionnaires de bâtiments pour leur expliquer le contenu de la loi et les responsabilités qui leur incombent. Il faut également s'occuper de produire du matériel de signalisation et d'affichage approprié. Ces mesures augmentent les chances d'obtenir que la législation soit appliquée en douceur et en grande partie volontairement. Les messages qui donnent des possibilités d'action aux non fumeurs et remercient les fumeurs de respecter la loi sont un moyen de faire participer le public à une application en douceur de la législation.

APPLICATION DE LA LOI ET REPRESSION DES INFRACTIONS

Obligation de respecter la loi

Pour que la législation soit efficace, il faut qu'elle engage la responsabilité juridique aussi bien des fumeurs individuels que des établissements commerciaux concernés et qu'elle prévoie des peines applicables en cas d'infractions aux entreprises commerciales et, si possible, aux fumeurs eux-mêmes. Toutefois, l'action répressive devrait viser plutôt les entreprises commerciales. La législation devrait rendre le propriétaire, le gestionnaire ou toute autre personne s'occupant des locaux responsable au premier chef du respect de la loi et devrait préciser de manière claire les mesures qu'il ou elle est tenu(e) de prendre. Ces mesures devraient notamment comprendre :

- (a) l'obligation d'afficher à l'entrée ou dans d'autres lieux appropriés des avertissements clairs indiquant qu'il est interdit de fumer. Le format et le contenu de ces avertissements devraient être déterminés par les autorités sanitaires ou d'autres services gouvernementaux ; un numéro de téléphone ou tout autre mécanisme permettant au public de signaler les violations devraient éventuellement y être mentionnés, de même que le nom de la personne qui est chargée, sur place, de recueillir les plaintes ;
- (b) l'obligation de retirer tous les cendriers existant dans l'établissement ;
- (c) l'obligation de veiller à l'observation des règles ;
- (d) l'obligation de prendre les mesures raisonnables spécifiées pour dissuader le public de fumer dans l'établissement. Ces mesures pourraient consister à demander à la personne de s'abstenir de fumer, à cesser de la servir, à lui demander de quitter les lieux et à avertir les services répressifs ou toute autre autorité compétente.

Sanctions

La législation devrait préciser le montant des amendes ou autres sanctions financières applicables en cas de violation. Le niveau des sanctions applicables refléterait bien entendu les pratiques et coutumes spécifiques de chaque pays, mais plusieurs principes devraient guider les décisions prises à cet égard. Tout d'abord, les sanctions devraient être suffisamment lourdes pour dissuader les auteurs de violations sans quoi elles risquent de ne pas être prises au sérieux par ces personnes ou d'être considérées comme de simples coûts annexes de leurs activités. Les sanctions applicables aux entreprises qui enfreignent la loi devraient être plus importantes que celles applicables aux fumeurs individuels qui ont généralement de moindres ressources. Les sanctions devraient être plus lourdes en cas de récidive et être comparables à celles appliquées dans le même pays pour des infractions de gravité équivalente.

Outre les amendes, la législation peut aussi prévoir l'application de sanctions administratives telles que des suspensions de licences commerciales, conformes aux pratiques et règles juridiques du pays. Ces « sanctions de dernier recours » sont rarement utilisées mais sont très importantes pour faire respecter la loi par les entreprises qui choisissent de la braver systématiquement.

Des sanctions pénales peuvent également être prévues si le contexte juridique et culturel du pays s'y prête.

Services chargés de faire respecter la loi

La législation devrait préciser quelle est ou quelles sont la ou les autorité(s) chargée(s) de faire respecter la loi et prévoir un système permettant à la fois de surveiller l'application de la loi et de poursuivre les contrevenants.

La surveillance devrait comprendre des procédures d'inspection des entreprises pour vérifier qu'elles se conforment à la loi. Il est rarement nécessaire de créer un nouveau système d'inspection pour faire respecter la législation sur les environnements sans tabac. Il suffit habituellement d'utiliser un ou plusieurs des mécanismes déjà mis en place pour l'inspection des locaux commerciaux et des lieux de travail et, à cet égard, on a généralement le choix entre diverses options. Dans de nombreux pays, les inspections concernant l'application de la législation antitabac peuvent se faire dans le cadre des vérifications des licences commerciales, des inspections sanitaires et d'hygiène, et des vérifications de l'hygiène et de la sécurité des lieux de travail et de la sécurité incendie ou d'autres programmes analogues. Il peut être intéressant d'utiliser simultanément ces différentes sources d'information.

Lorsque cela est possible, il est recommandé de faire appel à des inspecteurs ou agents locaux, ce qui permet généralement de disposer d'un personnel plus nombreux pour faire respecter la loi et donc d'obtenir de meilleurs résultats. Cette solution nécessite de créer un mécanisme national de coordination pour assurer une cohérence à l'échelle de tout le pays.

Quel que soit le mécanisme utilisé, la surveillance doit s'appuyer sur un plan d'application global et comprendre un processus de formation efficace des inspecteurs. Un système de surveillance efficace peut reposer sur une combinaison d'inspections régulières et d'inspections inopinées, complétées par des visites effectuées à la suite de plaintes. Ces visites peuvent très bien être à visée éducative dans la période qui suit immédiatement l'entrée en vigueur de la loi, car la plupart des infractions sont alors souvent commises par inadvertance. La législation devrait autoriser les inspecteurs à pénétrer dans les locaux dans les conditions prévues par la loi et à y recueillir des échantillons et éléments de preuve si ces pouvoirs ne leur sont pas déjà conférés par la loi existante. De même, la législation devrait interdire aux entreprises de faire obstruction au travail des inspecteurs.

Le coût d'une surveillance efficace n'est pas excessif. Il n'est pas nécessaire de recruter un grand nombre d'inspecteurs, car les inspections peuvent être effectuées par du personnel et dans le cadre de programmes existants. L'expérience montre en effet que la législation sur les environnements sans tabac a tendance à être rapidement auto-appliquée (c'est-à-dire appliquée essentiellement par le public lui-même). Le nombre de poursuites nécessaires reste limité si la législation est appliquée consciencieusement et si l'on s'emploie activement à éduquer les entreprises et le public.

Bien que ces programmes ne soient pas très coûteux, des ressources sont nécessaires pour éduquer les chefs d'entreprise, former les inspecteurs, coordonner les inspections et rétribuer le personnel pour les inspections de locaux

commerciaux effectuées en dehors des heures de travail normales. Un mécanisme de financement devrait être mis en place à cet effet. Les programmes d'inspection efficaces font appel à des sources de financement diverses, y compris des revenus fiscaux dédiés, des redevances de licence payables par les entreprises ou des prélèvements sur les amendes payées par les contrevenants.

Stratégies d'application

Des stratégies d'application judicieuses permettent de faire mieux respecter la loi, de simplifier sa mise en oeuvre et de réduire l'ampleur de l'arsenal répressif nécessaire.

En particulier, l'action des services chargés de faire respecter la loi dans la période qui suit immédiatement l'entrée en vigueur de celle-ci est un facteur important aussi bien pour l'acceptation de la loi elle-même que pour le succès des mesures de surveillance et d'application futures. De nombreux pays recommandent d'appliquer dans un premier temps la loi avec souplesse. Durant cette période, les contrevenants sont mis en garde mais ne sont pas sanctionnés. Cette approche doit être combinée avec une campagne active d'information des chefs d'entreprise sur leurs responsabilités légales : ceux-ci doivent comprendre que le délai de grâce initial ou la phase d'adaptation sera suivi d'une application plus rigoureuse de la législation.

Pour ce qui est de la répression active, de nombreux pays recommandent de donner un large écho des poursuites engagées contre les contrevenants pour en accroître les effets dissuasifs. En débusquant les principaux délinquants qui bravent délibérément la loi ou qui sont bien connus de la communauté et en prenant des mesures fermes et rapides à leur égard et en sensibilisant au maximum le public à leurs activités, les autorités montrent leur détermination et prouvent qu'il faut prendre la loi au sérieux. Cela incite la population à respecter volontairement la législation et réduit d'autant les ressources qui doivent ensuite être consacrées à la surveillance et à l'application de la loi.

Bien que les lois sur les environnements sans tabac soient rapidement auto-appliquées, il n'en demeure pas moins essentiel que les autorités soient prêtes à réagir rapidement et résolument à tous les cas isolés de violation manifeste. En particulier lorsque la loi vient d'entrer en vigueur, il arrive parfois que des personnes la défient ouvertement. Une réaction très ferme en pareil cas donne un signal fort qui rend ensuite l'application de la loi plus facile, tandis que l'indécision peut rapidement conduire à des violations généralisées.

Mobiliser et associer la communauté

On renforce l'efficacité des programmes de surveillance et d'application de la loi en y associant la communauté. En gagnant son soutien et en encourageant les membres du public à veiller au respect de la loi et à signaler les violations, on élargit d'autant le champ d'action des services chargés de faire respecter la loi tout en réduisant les ressources dont ils ont besoin pour ce faire. En fait, dans de nombreux pays ou territoires, les plaintes du public sont le principal moyen d'obtenir que la loi soit respectée. C'est la raison pour laquelle la législation sur les environnements sans tabac doit préciser nommément que les membres du public

peuvent déposer des plaintes et doit autoriser toute personne ou organisation non gouvernementale à engager une action pour imposer le respect des mesures réglementant l'exposition à la fumée secondaire. Les programmes d'application de la loi devraient comprendre la mise en place de lignes téléphoniques gratuites ou d'autres systèmes similaires pour encourager le public à signaler les violations.

SUIVI ET EVALUATION DES MESURES

Le suivi et l'évaluation des mesures prises pour réduire l'exposition à la fumée du tabac sont importants pour plusieurs raisons, en particulier :

- (a) pour inciter les responsables politiques et le public à appuyer le renforcement et l'extension des dispositions législatives ;
- (b) pour recueillir des données sur les succès remportés, afin d'éclairer les autres pays et de les aider dans leurs efforts ;
- (c) pour repérer et faire connaître les efforts faits par l'industrie du tabac pour compromettre l'application des mesures.

La portée et la complexité du suivi et de l'évaluation varient évidemment selon les pays, en fonction des compétences d'expert et des ressources disponibles. Toutefois, il est important d'évaluer le résultat des mesures mises en oeuvre notamment en ce qui concerne l'indicateur clé constitué par l'exposition à la fumée de tabac secondaire sur les lieux de travail et dans les lieux publics. Il peut exister à cet égard des moyens d'un bon rapport coût/efficacité, consistant par exemple à utiliser les données recueillies au cours d'activités de routine telles que les inspections régulières des lieux de travail.

Les huit principaux indicateurs de processus et de résultats à examiner sont les suivants.²

Processus

- (a) connaissance, attitude et soutien à l'égard des politiques d'interdiction de fumer parmi le grand public et, éventuellement, dans certains groupes spécifiques, par exemple les personnes travaillant dans les bars ;
- (b) mise en oeuvre et respect des politiques d'interdiction de fumer ;

Résultats

- (c) réduction de l'exposition des employés à la fumée de tabac secondaire sur les lieux de travail et dans les lieux publics ;
- (d) réduction de la teneur en fumée de tabac secondaire de l'air ambiant sur les lieux de travail (en particulier les restaurants) et dans les lieux publics ;

² La publication intitulée WHO policy recommendations: protection from exposure to second-hand tobacco smoke (Genève, Organisation mondiale de la Santé, 2007) contient des références et des liens avec des études effectuées ailleurs sur l'ensemble de ces indicateurs.

- (e) réduction de la mortalité et de la morbidité liées à l'exposition à la fumée de tabac secondaire ;
- (f) réduction de l'exposition à la fumée de tabac secondaire dans les résidences privées ;
- (g) évolution de la prévalence du tabagisme et modification des comportements liés au tabac ;
- (h) conséquences économiques.

LIENS AVEC DES EXEMPLES DE LEGISLATION OU DES DOCUMENTS DE REFERENCE

On trouvera ci-après des références aux législations nationales et infranationales actuellement en vigueur qui se rapprochent le plus des présentes directives sur les meilleures pratiques pertinentes.

(a) Royaume-Uni de Grande Bretagne et d'Irlande du Nord : Health Act 2006,
<http://www.opsi.gov.uk/acts/acts2006/20060028.htm>

(b) Nouvelle-Zélande : Smoke-free Environments Amendment Act 2003 (loi sur les environnements sans tabac),
http://www.legislation.govt.nz/browse_vw.asp?content-set=pal_statutes

(c) Norvège : loi N° 14 du 9 mars 1973 relative à la prévention des effets nocifs du tabac,
<http://odin.dep.no/hod/engelsk/regelverk/p20042245/042041-990030/dok-bn.html>
(il convient toutefois de noter que la solution consistant à créer des zones fumeurs n'est pas recommandée dans les présentes directives)

(d) Ecosse : Smoking, Health and Social Care (Scotland) Act 2005 (loi sur le tabac, la santé et la protection sociale),
<http://www.opsi.gov.uk/legislation/scotland/acts2005/20050013.htm>
Règlements : <http://www.opsi.gov.uk/si/si2006/20061115.htm>

(e) Uruguay : Decreto 40/006,
<http://www.globalSmokefreePartnership.org/files/132.doc>

(f) Irlande : Public Health (Tobacco) (Amendment) Act 2004,
<http://193.178.1.79/2004/en/act/pub/0006/index.html>

(g) Bermudes : Tobacco Products (Public Health) Amendment Act 2005,
<http://www.globalSmokefreePartnership.org/files/139.DOC>

Documents de référence

1. WHO policy recommendations: protection from exposure to second-hand tobacco smoke. Genève, Organisation mondiale de la Santé, 2007.

Peut être consulté à l'adresse : http://www.who.int/tobacco/resources/publications/wntd/2007/who_protection_exposure_final_25June2007.pdf

2. Tobacco smoke and involuntary smoking. IARC Monographs on the Evolution of Carcinogenic Risks to Humans. Vol. 83, Lyon, Organisation mondiale de la Santé et Centre international de Recherche sur le Cancer, 2004.

Peut être consulté à l'adresse : <http://monographs.iarc.fr/ENG/Monographs/vol83/volume83.pdf>

3. The health consequences of involuntary exposure to tobacco smoke: a report of the Surgeon General. Washington, United States Department of Health and Human Services, 2006.

Peut être consulté à l'adresse : <http://www.surgeongeneral.gov/library/secondhandsmoke/>

4. Proposed identification of environmental tobacco smoke as a toxic air contaminant. San Francisco, Etats-Unis d'Amérique, California Environmental Protection Agency: Resources Board, 2005.

Peut être consulté à l'adresse : <http://repositories.cdlib.org/tc/surveys/CALEPA2005/>

5. Joint briefing paper: Proposed guidelines for the implementation of Article 8 of the WHO Framework Convention on Tobacco Control. Framework Convention Alliance et Global Smokefree Partnership, 2007.

Peut être consulté à l'adresse : http://www.fctc.org/x/documents/Article8_COP2_Briefing_English.pdf

6. Le site Web du Global Smokefree Partnership est une source d'informations sur les environnements sans tabac. On y trouve des points de vue sur les politiques d'interdiction de fumer, ainsi que des liens avec des rapports d'évaluation, des exemples de législation et des campagnes d'information du public ainsi que des directives concernant l'application de la législation.

Peut être consulté à l'adresse : <http://www.globalSmokefreePartnership.org>

7. After the smoke has cleared: evaluation of the impact of a new smokefree law. Wellington, New Zealand Ministry of Health, 2006.

Peut être consulté à l'adresse : <http://www.moh.govt.nz/moh.nsf/by+unid/A9D3734516F6757ECC25723D00752D50?Open>

Directives pour l'application de l'article 11

DIRECTIVES POUR L'APPLICATION DE L'ARTICLE 11 DE LA CONVENTION-CADRE DE L'OMS POUR LA LUTTE ANTITABAC

CONDITIONNEMENT ET ETIQUETAGE DES PRODUITS DU TABAC

OBJECTIF, PRINCIPES ET EMPLOI DES TERMES

Objectif

Conformément aux autres dispositions de la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac et aux intentions de la Conférence des Parties à la Convention, les présentes directives ont pour but d'aider les Parties à satisfaire à leurs obligations au titre de l'article 11 de la Convention-cadre de l'OMS, et à leur proposer les mesures qu'elles peuvent appliquer pour accroître l'efficacité de leurs mesures en matière de conditionnement et d'étiquetage. L'article 11 dispose que chaque Partie doit adopter et appliquer des mesures efficaces en matière de conditionnement et d'étiquetage des produits du tabac dans les trois ans suivant l'entrée en vigueur de la Convention en ce qui la concerne.

Principes

Pour atteindre l'objectif de la Convention et de ses protocoles et en appliquer avec succès les dispositions, l'article 4 de la Convention prévoit que les Parties suivront, notamment, le principe selon lequel chacun doit être informé des conséquences pour la santé, du risque de dépendance tabagique et du risque mortel de la consommation de tabac et de l'exposition à la fumée du tabac.

Beaucoup de gens dans le monde n'ont pas pleinement conscience du risque de morbidité et de mortalité prématurée qu'entraînent la consommation de tabac et l'exposition à la fumée du tabac, ou comprennent mal ou sous-estiment ce risque. Il a été démontré que la présence de mises en garde sanitaires et de messages bien conçus sur les conditionnements des produits du tabac est un moyen d'un bon rapport coût/efficacité pour sensibiliser le public aux dangers de la consommation de tabac et un moyen efficace pour réduire la consommation de tabac. Des mises en garde sanitaires et des messages efficaces ainsi que d'autres mesures concernant le conditionnement et l'étiquetage des produits du tabac sont des éléments clés d'une approche globale et intégrée de la lutte antitabac.

Les Parties devraient prendre en compte les données disponibles et l'expérience d'autres Parties pour définir de nouvelles mesures en matière de conditionnement et d'étiquetage et chercher à appliquer les mesures les plus efficaces possibles.

Ainsi que le soulignent les articles 20 et 22 de la Convention, la collaboration internationale et le soutien mutuel sont des principes importants pour renforcer la capacité des Parties à mettre pleinement en oeuvre l'article 11 de la Convention et à en accroître l'efficacité.

Emploi des termes

Aux fins des présentes directives :

- les « mesures juridiques » s'entendent de tous les instruments juridiques qui impliquent ou créent des obligations, prescriptions ou interdictions, conformément au droit en vigueur dans la juridiction pertinente ; elle comprend – mais non limitativement – les lois, règlements et ordonnances administratives ou décrets ;
- les « encarts » s'entendent de tous les messages placés à l'intérieur de chaque paquet et/ou cartouche acheté dans un point de vente par un consommateur, tels que minidépliants ou brochures ;
- les « surcharges » s'entendent de tous les messages apposés à l'extérieur de chaque paquet et/ou cartouche acheté dans un point de vente par un consommateur, tels que minibrochure glissée sous l'enveloppe extérieure de cellophane ou collée sur l'extérieur du paquet de cigarettes.

DEFINITION DE PRESCRIPTIONS EFFICACES EN MATIERE DE CONDITIONNEMENT ET D'ETIQUETAGE

Des mises en garde sanitaires et messages bien conçus font partie de la gamme des mesures efficaces pour faire connaître les risques sanitaires et faire diminuer la consommation de tabac. Les faits montrent que l'efficacité des mises en garde sanitaires et des messages augmente lorsqu'ils sont plus visibles. Par rapport aux mises en garde de taille réduite ne comportant que du texte, les mises en garde de plus grande taille avec des images ont plus de chances d'être remarquées, de mieux faire connaître les risques pour la santé, d'avoir un impact émotionnel plus fort et d'inciter davantage les consommateurs de tabac à réduire ou abandonner leur consommation. D'autre part, les mises en garde plus grandes assorties d'images ont plus de chances de conserver leur efficacité dans le temps et sont particulièrement efficaces pour faire connaître les effets pour la santé à des personnes peu instruites, aux enfants et aux jeunes. Parmi les autres éléments qui renforcent l'efficacité figurent le fait que les mises en garde sanitaires et les messages soient placés sur les faces principales et au sommet des faces principales, l'utilisation de couleurs plutôt que du noir et blanc, l'obligation de faire figurer simultanément plusieurs mises en garde sanitaires et messages, et la révision périodique de ces derniers.

Eléments graphiques et de présentation

Emplacement

L'article 11.1.b)iii) de la Convention prévoit que chaque Partie doit adopter et appliquer des mesures efficaces pour veiller à ce que les mises en garde sanitaires et les messages soient de grande dimension, clairs, visibles et lisibles. L'emplacement des mises en garde sanitaires et des messages sur le paquet et leur présentation doivent assurer une visibilité maximale. Les recherches ont montré que les mises en garde sanitaires et les messages sont plus visibles lorsqu'ils sont placés au sommet plutôt qu'au bas des faces avant et arrière des paquets. Les

Parties devraient exiger que les mises en garde sanitaires et autres messages soient placés :

- à la fois sur le devant et l'arrière de chaque paquet et cartouche (ou sur toutes les faces principales s'il y en a plus de deux) plutôt que juste sur un côté, afin d'être très visibles, étant entendu que la face frontale est la plus visible pour l'utilisateur de la plupart des types de cartouches ;
- sur les faces principales et, en particulier, au sommet plutôt qu'au bas des faces principales, afin qu'on les voie davantage ; et
- de telle manière que l'ouverture normale du paquet n'endommage pas de manière permanente ni ne masque le texte ou l'image de la mise en garde sanitaire.

Les Parties devraient envisager d'imposer que soient placés, en plus des mises en garde sanitaires et des messages mentionnés dans le paragraphe précédent, d'autres mises en garde sanitaires et messages sur toutes les faces d'un paquet ainsi que sur les encarts et les surcharges qui y figurent.

Les Parties devraient veiller à ce que les mises en garde sanitaires et les messages ne soient pas masqués par d'autres marques obligatoires apposées sur les emballages et étiquettes ou par des encarts et surcharges commerciaux. Les Parties devraient aussi veiller, lorsqu'elles définissent la taille et l'emplacement d'autres marques, telles que les timbres fiscaux et les marques requises en vertu de l'article 15 de la Convention, à ce que ces autres marques ne masquent aucune partie des mises en garde sanitaires et des messages.

Les Parties devraient envisager l'adoption d'autres mesures innovantes concernant l'emplacement des mises en garde et des messages, par exemple la possibilité d'imposer qu'ils soient imprimés sur l'enveloppe du filtre de la cigarette et/ou sur d'autres articles en rapport avec les cigarettes tels que les paquets de tubes, filtres et papiers à cigarettes, ainsi que sur d'autres instruments comme ceux qu'on utilise en fumant le narguilé.

Dimensions

L'article 11.1.b)iv) de la Convention prévoit que les mises en garde sanitaires et messages figurant sur les différentes formes de conditionnement et d'étiquetage des produits du tabac devraient couvrir 50 % ou plus des faces principales mais pas moins de 30 %. Étant donné que l'on sait que l'efficacité des mises en garde sanitaires et autres messages augmente avec leur taille, les Parties devraient étudier la possibilité d'utiliser des mises en garde sanitaires et des messages couvrant plus de 50 % des faces principales et essayer d'obtenir qu'elles occupent la plus grande partie possible de ces faces principales. Le texte des mises en garde sanitaires et des messages devrait être imprimé en caractères gras, d'une dimension suffisante facile à lire et dans un style et une (ou des) couleur(s) particuliers assurant une visibilité et une lisibilité optimales.

Si une bordure est exigée, les Parties devraient envisager une formule selon laquelle l'espace réservé à l'encadrement de la mise en garde sanitaire ou du message n'est pas pris en compte dans le calcul du pourcentage de la face du paquet occupé par le texte de la mise en garde ou du message ; autrement dit, l'espace réservé à l'encadrement doit s'ajouter au pourcentage total d'espace occupé par la mise en garde sanitaire ou le message.

Utilisation d'images et de pictogrammes

L'article 11.1.b)v) de la Convention prévoit que les mises en garde sanitaires et messages figurant sur les différents types de conditionnement et d'étiquetage des produits du tabac peuvent se présenter sous la forme d'images ou de pictogrammes ou inclure de tels images ou pictogrammes. On a la preuve que les mises en garde sanitaires et les messages qui contiennent à la fois des images et un texte sont beaucoup plus efficaces que ceux qui se présentent uniquement sous la forme d'un texte. Ils ont en outre l'avantage d'atteindre potentiellement des personnes peu instruites ou ne comprenant pas la ou les langue(s) dans lesquelles la mise en garde ou le message est rédigé. Les Parties devraient imposer, dans leurs prescriptions concernant les conditionnements et étiquetages, l'utilisation d'images ou de pictogrammes en couleurs et culturellement adaptés. Elles devraient envisager pour les mises en garde l'utilisation de pictogrammes qui seraient apposés sur les deux faces principales du conditionnement des produits du tabac (ou sur l'ensemble des faces principales s'il y en a plus de deux).

On a la preuve que, par rapport aux mises en garde sanitaires et messages qui se présentent uniquement sous la forme d'un texte, ceux contenant des images :

- ont davantage de chances d'être remarqués ;
- sont considérés comme plus efficaces par les consommateurs de produits du tabac ;
- conservent mieux leur impact au fil du temps ;
- font mieux passer l'information sur les risques pour la santé liés au tabagisme ;
- suscitent davantage de réflexions sur les risques pour la santé liés au tabagisme et sur le sevrage tabagique ;
- renforcent la motivation à renoncer au tabac et l'intention de le faire ; et
- suscitent davantage de tentatives de sevrage.

Les mises en garde sanitaires et les messages qui se présentent sous la forme d'images et de pictogrammes peuvent aussi dégrader l'image des marques et amoindrir l'attractivité générale de l'emballage.

Lorsqu'elles conçoivent des images et pictogrammes à utiliser sur les conditionnements de produits du tabac, les Parties devraient, chaque fois que cela est possible, obtenir l'entière et pleine propriété de ces images ainsi que tous les droits d'auteurs y afférents au lieu de les laisser aux graphistes ou à d'autres sources. Cela donne davantage de souplesse pour utiliser ces images dans d'autres interventions de lutte antitabac, y compris pour des campagnes médiatiques ou pour l'affichage sur Internet. Cela permet également aux Parties d'accorder des licences aux fins de l'utilisation des images dans d'autres juridictions.

Couleur

L'utilisation de la couleur au lieu du noir et blanc influe sur la visibilité globale des représentations graphiques contenues dans les mises en garde sanitaires et les messages. En conséquence, les Parties devraient demander que les éléments graphiques contenus dans ces messages soient entièrement en couleurs (impression en quadrichromie) plutôt qu'en noir et blanc. En outre, les Parties devraient imposer que le texte des messages soit imprimé sur un fond d'une couleur contrastée déterminée pour qu'il ressorte mieux et soit plus lisible.

Rotation des messages

L'article 11.1.b)ii) de la Convention prévoit que les mises en garde sanitaires et autres messages doivent être utilisés tour à tour. La rotation peut consister à utiliser plusieurs mises en garde sanitaires et messages en même temps sur différents paquets ou à fixer une date au-delà de laquelle la teneur des mises en garde sanitaires ou des messages sera modifiée. Les Parties devraient envisager d'utiliser ces deux modes de rotation.

L'effet de nouveauté des mises en garde sanitaires et messages nouveaux est important, et l'on sait que l'impact de messages répétés tend à diminuer avec le temps tandis que, si on les renouvelle, leur efficacité augmente. La rotation des mises en garde sanitaires et des messages et la modification de leur présentation sont importants si l'on veut qu'ils conservent leur caractère percutant et leur impact.

Les Parties devraient préciser le nombre de mises en garde sanitaires et de messages qui doivent figurer simultanément. Elles devraient également exiger que des mises en garde sanitaires et des messages d'une série donnée soient imprimés de telle sorte que chacun d'entre eux figure sur un nombre égal de paquets vendus au détail non seulement pour chaque groupe de marques mais aussi pour chaque marque à l'intérieur du groupe de marques pour chaque taille et type de paquet.

Les Parties devraient envisager de fixer dès le départ deux ou plusieurs séries de mises en garde sanitaires et de messages qui doivent être alternées au bout d'un laps de temps donné, par exemple tous les 12 à 36 mois. Pendant les phases de transition, c'est-à-dire pendant qu'une ancienne série sera progressivement remplacée par une nouvelle, les Parties devraient prévoir une période initiale durant laquelle les deux séries pourront être utilisées concurremment.

Contenu du message

En utilisant tout un éventail de mises en garde sanitaires et de messages, on accroît les chances d'avoir un impact, car les messages sont perçus différemment par différentes personnes. Les mises en garde sanitaires et les messages devraient évoquer, outre les effets nocifs pour la santé et l'impact de l'exposition à la fumée du tabac, d'autres aspects liés au tabagisme, par exemple :

- donner des conseils sur le sevrage tabagique ;
- insister sur le risque de dépendance tabagique ;
- évoquer les incidences économiques et sociales négatives du tabagisme (par exemple le coût d'achat annuel des produits du tabac) ;
- décrire les conséquences du tabagisme sur d'autres personnes qui comptent (la maladie prématurée d'un père due au tabagisme, par exemple, ou le décès d'un être cher imputable à l'exposition à la fumée du tabac).

Les Parties devraient également envisager des contenus innovants pour les autres messages, par exemple sur les retombées négatives pour l'environnement et les pratiques de l'industrie du tabac.

Il est important que les mises en garde sanitaires et les messages soient transmis de manière efficace ; ceux-ci devraient être formulés avec suffisamment d'autorité, mais dans le but d'informer et non de porter un jugement. Les mises en garde sanitaires et les messages devraient d'autre part être rédigés en termes simples,

clairs et concis qui soient culturellement adaptés. Les mises en garde sanitaires et les messages peuvent se présenter sous diverses formes, par exemple témoignages ou informations positives ou de nature à aider ceux qui y sont exposés.

D'après les données dont on dispose, les mises en garde sanitaires et les messages ont tendance à être plus efficaces s'ils induisent des émotions négatives associées au tabac et si l'information est personnalisée : elle est alors plus crédible et touche plus directement la personne à laquelle elle s'adresse. Les mises en garde sanitaires et les messages qui induisent des émotions négatives comme la peur peuvent être efficaces, en particulier lorsqu'ils sont combinés à des informations destinées à accroître la motivation du consommateur à renoncer au tabac et sa confiance dans sa capacité à le faire.

Proposer sur les paquets des conseils sur le sevrage tabagique et des informations sur les endroits où l'on peut trouver des aides au sevrage – par exemple en donnant une adresse Internet ou un numéro de téléphone gratuit – peut être un bon moyen d'aider les consommateurs de tabac à modifier leur comportement. Les Parties devraient être conscientes du fait qu'une augmentation de la demande de services d'aide au sevrage tabagique peut nécessiter la mise à disposition de ressources additionnelles.

Langue

L'article 11.3 de la Convention prévoit que chaque Partie doit exiger que les mises en garde et autres informations textuelles visées à l'article 11.1.b) et à l'article 11.2 apparaissent sur chaque paquet et cartouche de produits du tabac, et sur toutes les formes de conditionnement et d'étiquetage extérieurs de ces produits dans sa ou ses langue(s) principale(s).

Dans les pays ou territoires où il existe plus d'une langue principale, les mises en garde sanitaires et les messages peuvent apparaître dans plusieurs langues sur chacune des faces principales ou bien des langues différentes peuvent être utilisées sur les différentes faces principales. Le cas échéant, différentes langues ou combinaisons de langues peuvent aussi être utilisées dans différentes régions d'un même pays ou territoire.

Mention de la source

En faisant figurer sur les emballages des produits du tabac une déclaration attribuant les mises en garde sanitaires et les messages à une source précise, on permet d'identifier cette source. Toutefois, les avis sont partagés sur la question de savoir si cette information doit être intégrée dans la mise en garde ou le message lui-même. Certains pays ou territoires ont décidé de mentionner la source pour accroître la crédibilité des mises en garde sanitaires et des messages, mais d'autres ont choisi de ne pas le faire de crainte que cela ne nuise à l'impact du message. Lorsque la mention de la source est obligatoire, celle-ci est souvent indiquée à la fin de la mise en garde sanitaire, en plus petits caractères que le reste du message. À terme, ce sont les circonstances propres à chaque Partie, telles que les croyances et attitudes répandues parmi les sous groupes de population cibles, qui détermineront si la mention de la source est susceptible d'accroître la crédibilité du message ou au contraire d'en réduire l'impact.

Si la mention de la source est obligatoire, elle doit renvoyer à une source précise et crédible sur le plan de l'expertise telle que l'autorité sanitaire nationale. Cette mention doit être rédigée en caractères suffisamment petits pour ne pas porter atteinte à la visibilité globale et à l'impact du message, tout en restant lisible.

Informations sur les constituants et les émissions

L'article 11.2 de la Convention prévoit que chaque paquet et cartouche de produits du tabac et toutes les formes de conditionnement et d'étiquetage extérieurs de ces produits doivent porter, outre les mises en garde visées à l'article 11.1.b), des informations sur les constituants et émissions pertinents des produits du tabac tels que définis par les autorités nationales.

Pour mettre en oeuvre cette obligation, les Parties devraient exiger que des informations qualitatives pertinentes concernant les émissions du produit soient portées sur chaque paquet ou cartouche de produits du tabac. Parmi les mentions que l'on peut faire figurer sur les paquets ou cartouches, on peut préciser par exemple que « La fumée de ces cigarettes contient du benzène, une substance cancérigène bien connue » ou encore « En fumant, vous vous exposez à plus de 60 produits chimiques pouvant causer un cancer ». Les Parties devraient également exiger que ces informations figurent sur des parties des faces principales ou à un autre endroit du conditionnement (par exemple sur le côté du paquet) où l'on ne trouve pas de mises en garde sanitaires ni de messages.

Les Parties ne devraient pas exiger que l'on fasse figurer sur les différentes formes de conditionnement et d'étiquetage des produits du tabac des informations quantitatives ou qualitatives concernant les constituants et émissions du tabac qui pourraient laisser entendre que telle ou telle marque est moins dangereuse qu'une autre, par exemple le taux de goudrons, de nicotine et de monoxyde de carbone ou la mention « Ces cigarettes contiennent des taux réduits de nitrosamines ».

Les trois paragraphes ci dessus doivent être lus en relation avec les paragraphes ci dessous intitulés « Eviter les conditionnements et étiquetages tendancieux et trompeurs ».

PROCEDURE A SUIVRE POUR ELABORER DES PRESCRIPTIONS EFFICACES EN MATIERE DE CONDITIONNEMENT ET D'ETIQUETAGE

Considérations relatives aux catégories de produits

L'article 11.1.b) de la Convention prévoit que chaque Partie adopte et applique des mesures efficaces pour faire en sorte que chaque paquet ou cartouche de produits du tabac et toutes les formes de conditionnement et d'étiquetage extérieurs de ces produits portent des mises en garde sanitaires et d'autres messages appropriés. Aucune exception ne devrait être faite pour les marques ou sociétés qui ne commercialisent que de faibles volumes ou pour des types différents de produits du tabac. Les Parties devraient étudier la possibilité d'imposer l'utilisation de mises en garde sanitaires et de messages différents pour différents types de produits du

tabac tels que les cigarettes, les cigares, le tabac sans fumée, le tabac à pipe, les bidis et le tabac pour narguilé, afin de mieux mettre l'accent sur les effets pour la santé liés à chacun de ces produits.

Différents types de conditionnement

Les Parties devraient avoir une connaissance détaillée des différents types de conditionnement de produits du tabac commercialisés dans les lieux relevant de leur compétence, et indiquer comment les mises en garde sanitaires et messages proposés vont être utilisés sur chaque type et forme de conditionnement tels que boîtes métalliques, coffrets, blagues à tabac, paquets à tiroir ou coulisse ou fermés par un rabat, cartouches, conditionnement transparent ou unitaire.

Cibler certains sous-groupes de population

Les Parties devraient envisager de mettre au point des mises en garde axées sur certains sous-groupes comme les jeunes et adapter le nombre des mises en garde et les renouveler en conséquence.

Tests précommercialisation

En fonction des ressources et du temps disponibles, les Parties devraient envisager de procéder à des tests précommercialisation pour évaluer l'efficacité des mises en garde sanitaires et des messages sur le groupe cible prévu. Ces tests peuvent aider à repérer des effets imprévus, comme renforcer par inadvertance le désir de fumer, et à évaluer l'adéquation culturelle des messages. Il faudrait envisager d'inviter des organisations de la société civile sans liens avec l'industrie du tabac à contribuer à cette démarche. En dernière analyse, des tests précommercialisation peuvent s'avérer moins coûteux que les modifications des mesures juridiques à un stade ultérieur.

Les Parties devraient noter que les tests précommercialisation n'ont pas besoin d'être un processus long, approfondi ou coûteux. Des informations utiles peuvent être obtenues tout simplement auprès de groupes sélectionnés dans la population cible, et la consultation basée sur Internet offre une autre solution rapide et peu coûteuse. Les tests précommercialisation peuvent être menés parallèlement à l'élaboration des mesures juridiques, de manière à ne pas retarder indûment la mise en oeuvre.

Information et participation du public

Les Parties devraient informer le public des propositions visant à introduire de nouvelles mises en garde sanitaires ou d'autres messages. L'appui du public aidera les Parties à introduire ces nouveaux messages. Les Parties devraient toutefois veiller à ce que l'information et la participation du public ne retardent pas indûment la mise en oeuvre de la Convention.

Activités de communication connexes

L'introduction de mises en garde sanitaires et de messages nouveaux est plus efficace si elle est coordonnée avec une campagne plus vaste et prolongée d'information et d'éducation du public. Des informations devraient être fournies en temps utile aux médias, car la couverture médiatique peut aider à renforcer l'impact éducatif des mises en garde sanitaires et messages nouveaux.

METTRE EN PLACE DES RESTRICTIONS EFFICACES EN MATIERE DE CONDITIONNEMENT ET D'ETIQUETAGE

Eviter les conditionnements et étiquetages tendancieux ou trompeurs

L'article 11.1.a) de la Convention prévoit que les Parties doivent adopter et faire appliquer, conformément à leur législation nationale, des mesures efficaces pour faire en sorte que le conditionnement et l'étiquetage des produits du tabac ne contribuent pas à la promotion d'un produit du tabac par des moyens fallacieux, tendancieux ou trompeurs, ou susceptibles de donner une impression erronée quant aux caractéristiques, effets sur la santé, risques ou émissions du produit, y compris des termes, descriptifs, marques commerciales, signes figuratifs ou autres qui donnent directement ou indirectement l'impression erronée qu'un produit du tabac particulier est moins nocif que d'autres, comme par exemple des termes tels que « à faible teneur en goudrons », « légère », « ultra-légère » ou « douce ». Cette liste de termes est indicative mais non exhaustive. Pour mettre en oeuvre leurs obligations au titre de l'article 11.1.a), les Parties ne doivent pas seulement interdire l'utilisation des termes spécifiés, mais également proscrire des termes tels que « extra » ou « ultra » ou autres termes ayant une signification similaire dans d'autres langues qui peut être trompeuse pour le consommateur.

Les Parties devraient interdire l'affichage de chiffres concernant les émissions, par exemple le taux de goudrons, de nicotine et de monoxyde de carbone, sur les différentes formes de conditionnement et d'étiquetage, notamment lorsque ces taux sont intégrés au nom de la marque ou à la marque commerciale. Les taux de goudrons, de nicotine et d'autres émissions de fumée obtenues lors d'essais réalisés sur des machines à fumer ne représentent pas des estimations valables de l'exposition humaine. De plus, il n'existe aucune preuve épidémiologique ou scientifique concluante démontrant que les cigarettes dont les taux d'émissions de fumée obtenues à l'aide de machine à fumer sont plus faibles ou moins nocives que des cigarettes ayant des taux plus élevés d'émissions de fumée. La commercialisation de cigarettes affichant des taux de goudrons et de nicotine bien déterminés a engendré la conviction erronée que ces cigarettes sont moins nocives.

Les Parties devraient interdire l'affichage de dates de péremption sur les différentes formes de conditionnement et d'étiquetage de produits du tabac, lorsque cela risque d'être trompeur pour le consommateur en l'amenant à conclure qu'on peut consommer sans danger des produits du tabac n'importe quand.

Conditionnement neutre

Les Parties devraient envisager d'adopter des mesures visant à limiter ou interdire l'utilisation de logos, de couleurs, d'images de marque ou de textes promotionnels sur les conditionnements hormis le nom de la marque et celui du nom du produit imprimés avec des caractères normaux et dans une couleur standardisée (conditionnement neutre). Cela pourrait conférer plus de relief et d'efficacité aux mises en garde sanitaires et aux messages, en empêchant que la forme de conditionnement ne détourne l'attention des consommateurs et en faisant échec aux techniques de design employées par l'industrie du tabac pour tenter de faire croire que certains produits sont moins nocifs que d'autres..

MESURES JURIDIQUES

Elaboration

Lorsqu'elles élaborent leurs mesures juridiques en matière de conditionnement et d'étiquetage des produits du tabac, les Parties devraient étudier la question de savoir qui sera responsable de leur application, quelles sont les solutions possibles pour en assurer le respect, et quels sont le ou les niveaux du gouvernement qui doivent y contribuer.

Mise en oeuvre

Les Parties devraient désigner l'autorité ou les autorités chargées de superviser la mise en oeuvre des mesures concernant le conditionnement et l'étiquetage des produits du tabac. Les Parties devraient envisager de veiller à ce que l'autorité responsable des questions de lutte antitabac soit la même que celle qui applique les mesures juridiques. Lorsque la mise en oeuvre de la loi relève d'une autre autorité de l'Etat, l'autorité sanitaire concernée devrait contribuer à l'élaboration des prescriptions en matière d'étiquetage.

Champ d'application

Les Parties devraient veiller à ce que les dispositions concernant le conditionnement et l'étiquetage prévues à l'article 11 de la Convention s'appliquent de manière égale à tous les produits du tabac vendus dans les lieux relevant de leur compétence et qu'aucune distinction ne soit faite entre les produits fabriqués localement, importés ou destinés à la vente hors taxes dans les lieux relevant de leur compétence. Les Parties devraient étudier les circonstances dans lesquelles des mesures s'appliqueraient aux produits exportés.

Coûts

Les Parties devraient faire en sorte que le coût d'affichage des mises en garde sanitaires et messages ainsi que des informations sur les constituants et les émissions sur les différentes formes de conditionnement de produits du tabac soit supporté par l'industrie du tabac.

Responsabilité

En application de l'article 19 de la Convention, les Parties devraient étudier la possibilité d'inclure des dispositions faisant apparaître clairement que les mises en garde sanitaires et messages ou toutes autres informations concernant un produit du tabac qui doivent obligatoirement figurer sur les différentes formes de conditionnement ne diminuent en rien ou ne suppriment pas les obligations qui incombent à l'industrie du tabac, à savoir notamment, mais pas exclusivement, l'obligation de rendre le consommateur attentif aux risques pour la santé liés au tabagisme et à l'exposition à la fumée du tabac.

Dispositions législatives précises

Les Parties devraient veiller à inclure dans leurs mesures juridiques des prescriptions claires et détaillées pour limiter le risque que les fabricants et importateurs de

tabac ne détournent l'obligation de faire figurer des mises en garde sanitaires et des messages sur leurs produits et empêcher que des différences soient établies entre différents produits du tabac. Lorsqu'elles élaboreront ces mesures, les Parties devraient examiner, entre autres, la liste suivante :

- les conditionnements et produits (se reporter au paragraphe ci dessus intitulé « Différents types de conditionnement ») ;
- la ou les langue(s) à utiliser pour le texte des mises en garde sanitaires et messages ou des informations relatives aux constituants et émissions à faire obligatoirement figurer sur le conditionnement, y compris, le cas échéant, la manière dont les différentes langues doivent être employées ;
- le rythme et le calendrier de rotation, y compris le nombre de mises en garde et de messages à faire figurer simultanément et les périodes de transition ainsi que les délais dans lesquels les mises en garde sanitaires et messages nouveaux doivent être utilisés ;
- les pratiques de distribution, de manière à ce que chaque mise en garde sanitaire ou message figure également sur tous les paquets vendus au détail non seulement pour chaque groupe de marques mais aussi pour chaque marque à l'intérieur du groupe de marques pour chaque taille et type de paquet ;
- la manière dont les textes, images et pictogrammes contenus dans les mises en garde sanitaires et messages doivent concrètement apparaître sur le conditionnement (en précisant par exemple leur emplacement, leur libellé, leur taille, leur couleur, le type de caractère à utiliser, la présentation et la qualité d'impression), y compris en ce qui concerne les encarts, les surcharges et les messages à l'intérieur du conditionnement ;
- l'utilisation de mises en garde sanitaires et de messages différents pour différents types de produits du tabac, le cas échéant ;
- la mention de la source, le cas échéant, y compris en ce qui concerne l'emplacement du texte pertinent, son libellé et le type de caractère à utiliser (les prescriptions devraient être aussi détaillées que pour les mises en garde sanitaires et les messages eux-mêmes) ; et
- l'interdiction de la promotion par des moyens fallacieux, tendancieux ou trompeurs ou encore susceptibles de donner une impression erronée, conformément à l'article 11.1.a) de la Convention.

Document de référence

Les Parties devraient étudier la possibilité de fournir un « document de référence » contenant des exemples de haute qualité graphique de la manière dont toutes les mises en garde sanitaires, tous les messages et les autres informations devraient apparaître sur le conditionnement. Un tel document sera particulièrement utile dans l'hypothèse où le libellé des mesures juridiques ne serait pas suffisamment clair.

Étiquettes adhésives et couvertures

Les Parties devraient veiller à ce que les étiquettes adhésives, autocollants, étuis, couvertures, manchons, emballages et encarts et surcharges promotionnels des fabricants ne masquent ni n'oblitérent ou n'altèrent les mises en garde sanitaires et les messages. Ainsi, par exemple, l'utilisation d'étiquettes adhésives ne pourrait être autorisée que si elles sont inamovibles et réservées aux conditionnements en métal ou en bois contenant autre chose que des cigarettes.

Responsabilité juridique

Les Parties devraient spécifier que les fabricants et importateurs de produits du tabac, ainsi que les grossistes et détaillants qui commercialisent ces produits sont juridiquement responsables de la conformité de leurs produits aux mesures en matière de conditionnement et d'étiquetage.

Peines applicables

Afin de dissuader les personnes concernées d'enfreindre la loi, les Parties devraient prévoir une série d'amendes et d'autres peines proportionnelles à la gravité de la violation et augmentées en cas de récidive.

Les Parties devraient étudier la possibilité d'introduire toute autre sanction compatible avec leur système juridique et leur culture, pouvant comprendre notamment l'élargissement de la gamme des infractions et la suspension, la limitation ou l'annulation de patentes ou de licences d'importation.

Pouvoirs d'exécution et de contrainte

Les Parties devraient étudier la possibilité de conférer aux autorités chargées de faire appliquer la loi le pouvoir d'ordonner aux contrevenants de rappeler les produits du tabac qui ne respectent pas la législation et de récupérer ensuite l'ensemble des dépenses occasionnées par ce rappel, et elles devraient avoir la possibilité d'imposer les sanctions jugées appropriées, notamment saisir et détruire les produits non conformes. Les Parties devraient d'autre part envisager de rendre publics les noms des contrevenants et la nature des infractions.

Délai pour se conformer aux nouvelles exigences

Afin que les mises en garde sanitaires et messages soient introduits sans retard, les mesures juridiques devraient préciser une date unique à partir de laquelle tous les produits du tabac fournis par les fabricants, importateurs et agents de vente en gros et au détail devront être conformes aux nouvelles exigences. Le délai imparti devrait simplement être suffisant pour permettre aux fabricants et aux importateurs de faire imprimer de nouveaux paquets. Une période de 12 mois au maximum à compter de la date de promulgation des mesures juridiques devrait suffire dans la plupart des cas.

Révision

Les Parties devraient reconnaître que l'élaboration de mesures juridiques en matière de conditionnement et d'étiquetage des produits du tabac n'intervient pas d'un coup. Les mesures devraient être examinées périodiquement et actualisées au fur et à mesure que de nouvelles données se font jour et que les mises en garde sanitaires et les messages perdent de leur impact. Les Parties devraient tenir compte de l'expérience acquise dans l'application des mesures relatives au conditionnement et à l'étiquetage des produits du tabac, de l'expérience d'autres pays ou territoires ainsi que des pratiques suivies par l'industrie dans ce domaine. Ces examens ou actualisations peuvent être l'occasion de mettre en évidence des points faibles et des lacunes et de faire ressortir les domaines dans lesquels le libellé des mesures devrait être plus clair.

APPLICATION

Infrastructures et budget

Les Parties devraient songer à prévoir les infrastructures nécessaires pour assurer les activités de mise en oeuvre et de contrôle prévues par la loi. Elles devraient d'autre part étudier la possibilité de dégager un budget à cette fin.

Stratégies

Pour en renforcer l'application, les Parties devraient informer les parties prenantes des prescriptions de la loi avant que celle-ci n'entre en vigueur. Différentes stratégies pourraient être nécessaires pour différentes parties prenantes, tels que fabricants, importateurs et détaillants.

Les Parties devraient également envisager de faire appel à des inspecteurs ou des agents de contrôle pour effectuer des contrôles ponctuels régulièrement chez les fabricants et importateurs ainsi qu'aux points de vente pour vérifier que le conditionnement des produits du tabac est conforme à la législation. Il n'est pas forcément nécessaire de créer un nouveau système d'inspection s'il existe déjà des mécanismes qui pourraient être développés pour assurer l'inspection des locaux commerciaux en tant que de besoin. Le cas échéant, les parties prenantes devraient être informées que des contrôles ponctuels réguliers des produits du tabac auront lieu aux points de vente.

Réaction en cas de non-respect des prescriptions

Les Parties devraient veiller à ce que les autorités chargées de faire appliquer la loi soient prêtes à réagir rapidement et résolument lorsque les prescriptions ne sont pas respectées. En sanctionnant énergiquement et sans tarder les premières infractions, elles feront apparaître clairement qu'elles s'attendent à ce que la loi soit respectée, ce qui facilitera les efforts ultérieurs de mise en oeuvre. Les Parties devraient envisager de rendre publics les résultats des mesures d'application afin d'envoyer un message fort aux intéressés sur le fait que toute infraction fera l'objet d'une enquête et donnera lieu à des sanctions.

Plaintes

Les Parties devraient envisager d'encourager le public à signaler les infractions afin d'aider à mieux faire respecter la loi. Il pourrait être utile d'établir un point de contact auquel les cas supposés d'infraction pourront être déclarés. Les Parties devraient veiller à ce que ces plaintes fassent sans tarder l'objet d'enquêtes approfondies.

SURVEILLANCE ET EVALUATION DES MESURES CONCERNANT LE CONDITIONNEMENT ET L'ETIQUETAGE

Les Parties devraient envisager de surveiller et d'évaluer leurs mesures concernant le conditionnement et l'étiquetage afin d'en apprécier l'impact et de déterminer où des améliorations s'imposent. Surveillance et évaluation contribuent d'autre part à étoffer la base de données scientifiques susceptible d'aider les autres Parties à appliquer les mesures qu'elles ont adoptées dans ce domaine.

La surveillance du respect des mesures juridiques par l'industrie du tabac devrait être mise en place immédiatement après leur entrée en vigueur et être maintenue en permanence par la suite.

Impact sur les populations

Il est important d'évaluer l'impact des mesures visant le conditionnement et l'étiquetage sur les groupes de population cibles. Les Parties devraient envisager de mesurer des aspects tels que la visibilité, la compréhension, la crédibilité, le caractère informatif, le rappel et la pertinence personnelle des mises en garde sanitaires et des messages, les connaissances en santé, la perception des risques, les intentions de changer de comportement et les changements de comportement effectifs.

Enquêtes de base et de suivi

Les Parties devraient envisager d'adopter des stratégies pour évaluer l'impact des mesures relatives au conditionnement et à l'étiquetage avant leur mise en oeuvre et à intervalles réguliers par la suite.

Ressources

L'étendue et la complexité des mesures de surveillance et d'évaluation de l'impact des mesures concernant le conditionnement et l'étiquetage des produits du tabac varieront en fonction des objectifs de chacune des Parties, ainsi que des ressources et des compétences d'experts dont elle disposera.

Diffusion

Les Parties devraient envisager de publier ou de mettre à la disposition des autres Parties et du public les résultats de leurs activités de surveillance du respect des textes et de l'évaluation de l'impact.

COOPERATION INTERNATIONALE

La coopération internationale est essentielle pour progresser dans ce domaine si important et en constante évolution de la lutte antitabac. Plusieurs articles de la Convention ouvrent la voie à des échanges de connaissances et de données d'expérience propres à en faciliter la mise en oeuvre, en mettant particulièrement l'accent sur les besoins des pays en développement Parties et des Parties à économie en transition. La coopération entre les Parties, pour faciliter le transfert de compétences techniques, scientifiques et juridiques, et le transfert

de technologie, comme le prévoit l'article 22, permettra de renforcer la mise en oeuvre de l'article 11 de la Convention à l'échelle mondiale. Un exemple de cette coopération serait l'octroi rapide, facile et gratuit par les Parties de licences d'exploitation à d'autres pays ou territoires qui souhaiteraient utiliser leurs mises en garde sanitaires graphiques. La coopération internationale aiderait à faire en sorte que des informations cohérentes et précises concernant les produits du tabac soient fournies à l'échelle mondiale.

Les Parties devraient s'efforcer de mettre en commun des compétences juridiques et autres pour répondre aux arguments opposés par l'industrie du tabac aux mesures relatives au conditionnement et à l'emballage.

Les Parties devraient envisager d'examiner les rapports des autres Parties, conformément à l'article 21 de la Convention, pour être mieux informées de l'expérience faite au niveau international en matière de conditionnement et d'étiquetage.

Directives pour l'application de l'article 13

DIRECTIVES POUR L'APPLICATION DE L'ARTICLE 13 DE LA CONVENTION-CADRE DE L'OMS POUR LA LUTTE ANTITABAC

PUBLICITE EN FAVEUR DU TABAC, PROMOTION ET PARRAINAGE

BUT ET OBJECTIFS

Ces directives ont pour but d'aider les Parties à donner suite à leurs obligations en vertu de l'article 13 de la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac. Elles se fondent sur les meilleures données disponibles et sur l'expérience des Parties qui ont appliqué avec succès des mesures efficaces contre la publicité en faveur du tabac, la promotion et le parrainage. Elles donnent aux Parties des orientations pour l'introduction et l'application d'une interdiction globale de la publicité en faveur du tabac, de la promotion et du parrainage ou, dans le cas des Parties qui sont dans l'incapacité d'instaurer une interdiction globale du fait de leur Constitution ou de leurs principes constitutionnels, pour l'imposition de restrictions aussi complètes que possible à la publicité en faveur du tabac, à la promotion et au parrainage.

Ces directives fournissent des orientations sur les meilleurs moyens de mettre en oeuvre l'article 13 de la Convention afin d'éliminer la publicité en faveur du tabac, la promotion et le parrainage de manière efficace aussi bien sur le plan intérieur qu'au niveau international.

Les principes ci-après s'appliquent :

- (a) Il est acquis que la publicité en faveur du tabac, la promotion et le parrainage accroissent l'usage du tabac et que des interdictions globales de la publicité, de la promotion et du parrainage le diminuent.
- (b) Pour être efficace, une interdiction de la publicité en faveur du tabac, de la promotion et du parrainage devrait, comme l'ont reconnu les Parties à la Convention dans les articles 13.1 et 13.2, être *globale* et s'appliquer à *toute forme* de publicité en faveur du tabac, de promotion et de parrainage du tabac.
- (c) Conformément aux définitions énoncées à l'article 1 de la Convention-cadre de l'OMS, une interdiction globale de la publicité en faveur du tabac, de la promotion et du parrainage s'applique à *toute forme de communication, recommandation ou action commerciale* et à toute forme de contribution à tout événement, activité ou personne ayant pour but, effet ou effet *vraisemblable* de promouvoir *directement ou indirectement* un produit du tabac ou l'usage du tabac.
- (d) Une interdiction globale de la publicité en faveur du tabac, de la promotion et du parrainage devrait s'étendre à *la publicité, à la promotion et au parrainage transfrontières*, ce qui englobe aussi bien la publicité, la promotion et le parrainage sortants (exportés à partir du territoire d'une Partie) que la publicité, la promotion et le parrainage entrants (arrivant sur le territoire d'une Partie).

- (e) Pour être efficace, une interdiction globale devrait s'adresser à *toutes les personnes ou entités* concernées par la production, le placement et/ou la diffusion de la publicité en faveur du tabac, de la promotion et du parrainage.
- (f) Il est indispensable de prévoir *une surveillance, une application et des sanctions* efficaces appuyées et facilitées par d'importants *programmes d'éducation et de sensibilisation communautaires* pour appliquer une interdiction globale de la publicité en faveur du tabac, de la promotion et du parrainage.
- (g) La *société civile* a un rôle central à jouer pour renforcer le soutien aux lois concernant la publicité en faveur du tabac, la promotion et le parrainage, développer ces lois et garantir leur application et elle devrait être associée à ce processus en tant que partenaire actif.
- (h) 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.

PORTEE D'UNE INTERDICTION GLOBALE

La portée d'une interdiction globale de la publicité en faveur du tabac, de la promotion et du parrainage est présentée en termes généraux à la sous section « Vue d'ensemble » ci après, les sous sections suivantes (de « Vente au détail et présentation » à « Communication dans le cadre du commerce du tabac » comprise) étant consacrées à des aspects pouvant causer des problèmes particuliers pour les responsables de la réglementation lors de l'introduction d'une telle interdiction.

Vue d'ensemble

Une interdiction de la publicité, de la promotion et du parrainage ne peut être efficace que si elle a une large portée. La communication à l'heure actuelle utilise une approche intégrée pour la publicité et la promotion de l'achat et de la vente de produits, notamment la commercialisation directe, les relations publiques, la promotion des ventes, la vente personnelle et les méthodes de marketing interactives en ligne. Si l'interdiction ne porte que sur certaines formes de publicité en faveur du tabac, l'industrie du tabac transfère inévitablement ses dépenses vers d'autres stratégies de publicité, de promotion et de parrainage en utilisant des moyens créatifs détournés pour promouvoir les produits et l'usage du tabac, notamment auprès des jeunes.

L'effet d'une interdiction partielle de la publicité sur la consommation de tabac est donc limité, ce que reconnaît l'article 13 de la Convention, qui énonce l'obligation fondamentale d'interdire la publicité, la promotion et le parrainage. Selon l'article 13.1, « Les Parties reconnaissent que l'interdiction globale de la publicité, de la promotion et du parrainage réduirait la consommation des produits du tabac ».

sont définis aux articles 1.c) et g) de la Convention. Selon la définition de l'article 1.c), « publicité en faveur du tabac et promotion du tabac » s'entendent de « toute forme de communication, recommandation ou action commerciale ayant pour but, effet ou effet vraisemblable de promouvoir directement ou indirectement un produit du tabac ou l'usage du tabac ». Selon la définition de l'article 1.g), « parrainage du tabac » s'entend de « toute forme de contribution à tout événement, activité ou personne, ayant pour but, effet ou effet vraisemblable de promouvoir directement ou indirectement un produit du tabac ou l'usage du tabac ».

Il est important de noter que les deux expressions « publicité en faveur du tabac et promotion du tabac » et « parrainage du tabac » couvrent la promotion non seulement de produits particuliers du tabac mais aussi de l'usage du tabac en général ; non seulement les actes qui ont un but promotionnel mais aussi les actes qui ont un effet promotionnel ou un effet promotionnel vraisemblable ; et non seulement la promotion directe mais aussi la promotion indirecte. L'expression « publicité en faveur du tabac et promotion du tabac » ne se limite pas aux seules « communications » et englobe aussi des « recommandations » et des « actions » qui devraient s'étendre au moins aux catégories ci-après : a) différents arrangements concernant la vente et/ou la distribution¹; b) formes cachées de publicité ou de promotion, par exemple insertion de produits du tabac ou usage du tabac dans différents médias ; c) association de produits du tabac à des événements ou à d'autres produits de différentes manières ; d) conditionnement promotionnel et caractéristiques de conception des produits ; et e) production et distribution d'objets tels que des confiseries et des jouets ou d'autres produits ressemblant à des cigarettes ou à d'autres produits du tabac.² Il est également important de noter que la définition de « parrainage du tabac » couvre « toute forme de contribution », financière ou autre, quelle que soit la façon de reconnaître cette contribution ou d'en assurer la publicité.

Les effets promotionnels, directs et indirects, peuvent être produits par l'utilisation de mots, de motifs, d'images, de sons et de couleurs, y compris de noms de marques, de marques de fabrique, de logos, de noms de fabricants ou d'importateurs de produits du tabac et de couleurs ou d'assemblages de couleurs associés à des produits, des fabricants ou des importateurs de tabac, ou par l'utilisation d'une ou de plusieurs parties de mots, de motifs, d'images et de couleurs. La promotion de sociétés liées à l'industrie du tabac (ce qu'on appelle parfois la promotion des entreprises) est une forme de promotion de produits du tabac ou de l'usage du tabac, même en l'absence de noms de marques ou de marques de fabrique. La publicité, y compris la présentation, et le parrainage d'accessoires, tels que le papier à cigarettes, les filtres à cigarettes et le matériel pour rouler des cigarettes, de même que les imitations de produits du tabac, peuvent aussi avoir pour effet de promouvoir les produits du tabac ou l'usage du tabac.

¹ Par exemple, systèmes d'incitation pour les détaillants, présentation aux points de vente, loteries, cadeaux, échantillons gratuits, rabais, promotions, concours (avec ou sans l'obligation d'acheter des produits du tabac) et systèmes d'incitation ou de fidélisation des acheteurs, par exemple coupons remboursables à l'achat de produits du tabac offerts.

² Ce texte reflète l'esprit de l'article 16.1, en vertu duquel les Parties sont tenues d'adopter et d'appliquer « des mesures législatives, exécutives, administratives ou autres mesures efficaces au niveau gouvernemental approprié pour interdire la vente de produits du tabac aux personnes qui n'ont pas atteint l'âge prévu en droit interne ou fixé par la législation nationale, ou l'âge de dix-huit ans ». L'article 16.1 précise que ces mesures peuvent comprendre notamment : ... c) « l'interdiction de la fabrication et de la vente de confiseries, en-cas, jouets ou autres objets ayant la forme de produits du tabac attrayants pour les mineurs ».

Il faudrait éviter dans les lois de dresser des listes d'activités interdites, qui apparaissent ou pourraient apparaître comme exhaustives. Alors qu'il est souvent utile de donner des exemples d'activités interdites, il convient d'indiquer clairement dans les lois qui en fournissent qu'il ne s'agit que d'exemples ne couvrant pas tout l'éventail des activités interdites. Ce genre de précision peut être apporté par des termes tels que « y compris mais pas seulement » ou par des expressions génériques du type « ou toute autre forme de publicité en faveur du tabac, de promotion ou de parrainage ».

Recommandation

Une interdiction globale de la publicité en faveur du tabac, de la promotion et du parrainage devrait englober :

- toute la publicité et la promotion en faveur du tabac ainsi que le parrainage, sans exception ;
- la publicité, la promotion et le parrainage directs et indirects ;
- les actes visant à promouvoir et les actes ayant ou susceptibles d'avoir un effet promotionnel ;
- la promotion de produits du tabac et de l'usage de tabac ;
- les communications commerciales ainsi que les recommandations et les actions commerciales ;
- les contributions de toute nature à tout événement, activité ou personne ;
- la publicité et la promotion de marques de tabac et toute promotion des entreprises ; et
- les médias traditionnels (presse écrite, télévision et radio) et tous les autres médias, y compris Internet, les téléphones mobiles et autres nouvelles technologies, ainsi que les films.

Vente au détail et présentation

La présentation de produits de tabac aux points de vente constitue en elle-même une publicité et une promotion. La présentation de produits est un moyen essentiel de promouvoir les produits et l'usage du tabac, et notamment de stimuler l'achat impulsif de produits du tabac, de donner l'impression que l'usage du tabac est socialement acceptable et de rendre plus difficile le sevrage tabagique. Les jeunes sont particulièrement vulnérables aux effets promotionnels de la présentation des produits.

Pour garantir que les points de vente de produits du tabac n'utilisent pas d'éléments promotionnels, les Parties devraient introduire une interdiction complète de toute présentation et de toute visibilité des produits du tabac aux points de vente, notamment les points fixes de vente au détail et les marchands ambulants. Seule une liste sous forme de texte des produits indiquant leur prix, sans aucun élément promotionnel, serait autorisée. En ce qui concerne tous les aspects de l'article 13 de la Convention, l'interdiction doit aussi s'appliquer à bord des ferrys, des avions, ainsi que dans les ports et aéroports.

Les distributeurs automatiques devraient être interdits, car ils constituent par leur présence même un moyen de publicité ou de promotion au sens de la Convention .³

Recommandation

La présentation et la visibilité des produits du tabac aux points de vente constituent une publicité et une promotion et devraient par conséquent être interdites. Les distributeurs automatiques devraient être interdits, car ils constituent par leur présence même un moyen de publicité et de promotion.

Conditionnement et caractéristiques des produits⁴

Le conditionnement est un élément important de la publicité et de la promotion. Les caractéristiques des paquets et des produits contenant du tabac sont utilisées de différentes manières pour attirer les consommateurs, promouvoir les produits et cultiver et promouvoir l'identité de marque, par exemple par l'utilisation de logos, de couleurs, de caractères, d'images, de formes et de matériels sur ou dans les paquets ou sur des cigarettes individuelles ou d'autres produits du tabac.

L'effet de la publicité ou de la promotion sur le conditionnement peut être éliminé en exigeant un conditionnement neutre : noir et blanc ou deux autres couleurs contrastées selon les prescriptions des autorités nationales ; rien d'autre qu'un nom de marque, un nom de produit et/ou de fabricant, une adresse et la quantité de produit dans le conditionnement, sans logo ni caractéristique en dehors des mises en garde sanitaires, des vignettes fiscales et d'autres informations ou marques requises par les autorités ; l'utilisation de caractères de type et de dimension prescrits ; et une forme, une taille et des matériels types. Il ne doit pas y avoir de publicité ou de promotion à l'intérieur du conditionnement ou liée au conditionnement ni sur des cigarettes individuelles ou d'autres produits du tabac.

Si un conditionnement neutre n'est pas encore exigé, la restriction devrait couvrir le plus grand nombre possible de caractéristiques de conception qui rendent les produits du tabac plus attrayants pour le consommateur, par exemple des figures animales ou autres, des expressions humoristiques, des papiers de cigarette de couleur, des odeurs agréables, des paquets nouveaux ou saisonniers.

Recommandation

Le conditionnement et la conception du produit sont d'importants éléments de la publicité et de la promotion. Les Parties devraient envisager d'adopter des exigences concernant un conditionnement neutre pour éliminer l'effet de la publicité ou de la promotion sur le conditionnement. Le conditionnement, les cigarettes individuelles ou les autres produits du tabac ne doivent comporter aucune publicité ou promotion ni caractéristique de conception rendant les produits attrayants.

³ L'interdiction des distributeurs automatiques au motif qu'ils constituent une publicité ou une promotion vient compléter les dispositions de l'article 16 sur la protection des mineurs. Les mesures possibles décrites à l'article 16.1 incluent : « des mesures prises pour s'assurer que les distributeurs automatiques de produits du tabac placés sous [la] juridiction [de chaque Partie] ne soient pas accessibles aux mineurs et ne fassent pas de promotion pour la vente de ces produits aux mineurs », et l'article 16.5 stipule qu'« une Partie peut, par une déclaration écrite ayant force obligatoire, indiquer qu'elle s'engage à interdire l'introduction de distributeurs automatiques de produits du tabac dans sa juridiction ou, le cas échéant, à proscrire totalement ces machines ».

⁴ Voir aussi les directives pour l'application de l'article 11 qui concernent le conditionnement neutre, les mises en garde sanitaires et les informations trompeuses.

Ventes sur Internet

Les ventes de produits du tabac sur Internet impliquent intrinsèquement publicité et promotion telles qu'elles sont définies dans la Convention. Le problème ne se limite pas à la publicité et à la promotion mais recouvre aussi la vente aux mineurs, l'évasion fiscale et le commerce illicite.

La façon la plus directe d'éviter la publicité en faveur du tabac ou la promotion sur Internet est d'interdire les ventes de tabac sur Internet.⁵ L'interdiction devrait s'appliquer non seulement aux entités qui vendent les produits mais aussi aux autres, y compris aux sociétés de cartes de crédit qui facilitent le paiement et les services d'envoi ou de livraison des produits.

Dans la mesure où les ventes par Internet ne sont pas encore interdites, des restrictions devraient être imposées, seule une liste sous forme de texte des produits indiquant les prix étant autorisée, sans images ni éléments promotionnels, par exemple une référence à des prix avantageux.

Compte tenu du caractère non avoué de la publicité et de la promotion en faveur du tabac sur Internet et de la difficulté à en repérer les auteurs et à les atteindre, des ressources internes particulières sont nécessaires pour rendre ces mesures opérationnelles. Les mesures recommandées dans la décision FCTC/COP3(14) pour éliminer la publicité en faveur du tabac, la promotion et le parrainage transfrontières, en particulier pour identifier les points de contact et donner suite aux notifications d'autres Parties, aideraient à garantir que les efforts nationaux d'application ne soient pas compromis.

Recommandation

Les ventes de tabac sur Internet devraient être interdites car elles font appel à la publicité et la promotion.

Extension et échange de marques

On parle d'« extension de marque » quand une marque de tabac, un emblème, une marque de fabrique, un logo ou des insignes commerciaux ou d'autres caractéristiques distinctives (y compris des associations de couleurs distinctives) sont liés à un produit ou à un service ne concernant pas le tabac de manière à produire une association vraisemblable entre le produit du tabac et le produit ou le service ne concernant pas le tabac.

On parle d'« échange de marques » quand un nom de marque, un emblème, une marque de fabrique, un logo ou un insigne commercial, ou tout autre signe distinctif (y compris des associations de couleurs distinctives) sur un produit ou service ne concernant pas le tabac sont liés à un produit du tabac ou à une société de l'industrie du tabac de manière à produire une association vraisemblable entre le produit du tabac ou la société et le produit ou le service ne concernant pas le tabac.

⁵ Des options visant à réglementer les ventes par Internet sont examinées par l'organe intergouvernemental de négociation d'un protocole sur le commerce illicite des produits du tabac.

L'« extension de marque » et l'« échange de marques » devraient être considérés comme une publicité et une promotion dans la mesure où ils ont le but, l'effet ou l'effet vraisemblable de promouvoir un produit du tabac ou l'usage direct ou indirect du tabac.

Recommandation

Les Parties devraient interdire l'« extension de marque » et l'« échange de marques » qui constituent des moyens de publicité et de promotion du tabac.

Responsabilité sociale des entreprises⁶

Il est de plus en plus courant pour les sociétés de l'industrie du tabac de chercher à paraître comme adoptant un comportement responsable en apportant des contributions à de bonnes causes ou en s'attachant à promouvoir par ailleurs des éléments « socialement responsables » de leurs pratiques commerciales.

Certaines sociétés font des contributions financières ou en nature à des organisations, comme des organisations communautaires, sanitaires, sociales ou environnementales, directement ou par l'intermédiaire d'autres entités. Ces contributions tombent sous le coup de la définition du parrainage du tabac contenue à l'article 1.g) de la Convention et devraient être interdites dans le cadre d'une interdiction globale comme ayant pour but, effet ou effet vraisemblable de promouvoir directement ou indirectement un produit du tabac ou l'usage du tabac.

Les sociétés peuvent également s'adonner à des pratiques commerciales « socialement responsables » (bonnes relations entre employeurs et employés ou protection de l'environnement, par exemple) sans donner lieu à des contributions à d'autres parties. La promotion auprès du public d'activités par ailleurs louables doit être interdite comme ayant pour but, effet ou effet vraisemblable de promouvoir directement ou indirectement un produit du tabac ou l'usage du tabac. La diffusion publique d'informations de ce type doit être interdite, sauf aux fins de l'établissement de rapports d'entreprise obligatoires (par exemple des rapports annuels) ou de l'administration commerciale nécessaire (par exemple à des fins de recrutement et de communication avec les fournisseurs).

Les campagnes d'éducation de l'industrie du tabac du type « campagnes de prévention du tabagisme chez les jeunes » devraient être interdites au motif qu'elles constituent des « contributions » lorsqu'elles sont appliquées par d'autres Parties ou représentent une promotion commerciale si elles sont menées par l'industrie elle-même.

Recommandation

Les Parties devraient interdire les contributions des sociétés de l'industrie du tabac à toute autre entité pour des « motifs socialement responsables », car il s'agit là d'une forme de parrainage. La publicité donnée à des pratiques commerciales « socialement responsables » de l'industrie du tabac doit être interdite, car elle constitue une publicité et une promotion.

⁶ Les directives sur l'article 5.3 élaborées par un autre groupe de travail établi par la Conférence des Parties abordent ce sujet du point de vue de la protection des politiques de santé publique concernant la lutte antitabac contre les intérêts commerciaux et autres de l'industrie du tabac.

Expression légitime

La mise en oeuvre d'une interdiction globale de la publicité en faveur du tabac, de la promotion et du parrainage ne devrait pas entraver l'expression légitime journalistique, artistique ou universitaire, ni des commentaires sociaux ou politiques légitimes. On peut, par exemple, mentionner des images d'information comportant des éléments liés au tabac par coïncidence en arrière-plan, la représentation de personnalités historiques ou la présentation de points de vue sur un sujet réglementaire ou politique. Des mises en garde appropriées ou des notes concernant la responsabilité pourraient néanmoins être exigées. Dans certains cas, l'expression journalistique, artistique ou universitaire ou des commentaires sociaux ou politiques peuvent contenir des éléments qui ne sont pas justifiés pour des raisons éditoriales, artistiques, universitaires, sociales ou politiques et doivent être considérés comme une publicité, une promotion ou un parrainage plutôt que comme des éléments ayant un contenu véritablement éditorial, artistique ou universitaire ou comme s'agissant d'un commentaire vraiment social ou politique. C'est manifestement le cas si une insertion est faite pour des raisons commerciales liées au tabac, par exemple pour le placement contre paiement de produits du tabac ou d'images liées au tabac dans les médias.

Recommandation

La mise en oeuvre d'une interdiction globale de la publicité en faveur du tabac, de la promotion et du parrainage n'a pas lieu d'entraver des moyens d'expression légitimes tels que l'expression journalistique, artistique ou universitaire ou le commentaire social ou politique légitime. Les Parties doivent toutefois prendre des mesures pour éviter l'utilisation de l'expression journalistique, artistique ou universitaire ou du commentaire social et politique à des fins de promotion de l'usage du tabac ou de produits du tabac.

Représentation du tabac dans les médias du divertissement

La représentation du tabac dans des produits des médias du divertissement, tels que films, pièces de théâtre et jeux, peut fortement influencer la consommation de tabac, notamment chez les jeunes. Les Parties devraient donc prendre les mesures suivantes :

- Mettre en oeuvre un dispositif requérant que, quand le produit d'un moyen de divertissement représente des produits du tabac, l'usage du tabac ou des illustrations liées au tabac de quelque type que ce soit, les responsables de chaque société concernée par la production, la diffusion ou la présentation de ce produit du média du divertissement certifient qu'il n'y a pas eu de contrepartie monétaire, de don, de publicité gratuite, de prêts sans intérêt, de remise de produits du tabac, d'assistance aux relations publiques ou d'autre contrepartie de quelque valeur que ce soit en échange de la représentation.
- Interdire la représentation de marques de tabac reconnaissables ou d'illustrations de marques de tabac en association avec un produit d'un média du divertissement ou dans le cadre de son contenu.
- Requérir la présentation de publicités antitabac prescrites au début de tout produit d'un média du divertissement présentant des produits du tabac, leur usage ou des illustrations liées au tabac.

- Mettre en oeuvre un système de notation ou de classement qui tient compte de la représentation de produits du tabac, de l'usage du tabac ou d'illustrations liées au tabac dans la notation ou le classement des produits des médias du divertissement (par exemple une notation « pour adultes » restreignant l'accès aux mineurs), et qui garantit que les médias du divertissement destinés aux enfants (y compris les dessins animés) ne représentent pas de produits du tabac, l'usage du tabac ou des illustrations liées au tabac.

Recommandation

Les Parties devraient prendre des mesures particulières concernant la représentation du tabac dans les produits des médias du divertissement, notamment exiger une attestation qu'aucun avantage n'a été reçu pour une représentation du tabac, en interdisant l'utilisation de marques du tabac ou d'illustrations reconnaissables, en exigeant des publicités antitabac et en appliquant un système de notation ou de classement tenant compte des représentations du tabac.

Communication dans le cadre du commerce du tabac

L'objectif d'interdire la publicité, la promotion et le parrainage peut généralement être atteint sans interdire les communications dans le cadre du commerce du tabac.

Toute exception à une interdiction globale de la publicité en faveur du tabac, de la promotion et du parrainage aux fins de fournir des informations sur le produit à des acteurs impliqués dans le commerce du tabac devrait être définie et appliquée scrupuleusement. L'accès à cette information devrait être limité aux personnes qui prennent des décisions concernant le commerce du tabac et qui ont donc besoin de ces informations.

Les bulletins d'information des fabricants de produits du tabac peuvent être exemptés de l'interdiction globale de la publicité en faveur du tabac, de la promotion et du parrainage uniquement s'ils sont exclusivement destinés aux employés, sous-traitants, fournisseurs et autres partenaires commerciaux du fabricant et uniquement dans la mesure où leur distribution se limite à ces personnes ou entités.

Recommandation

Toute exception à une interdiction globale sur la publicité en faveur du tabac, la promotion et le parrainage pour permettre la communication dans le cadre du commerce du tabac devrait être scrupuleusement définie et appliquée.

Interdiction globale et respect des principes constitutionnels

Toute Partie dont la Constitution et les principes constitutionnels imposent des contraintes concernant l'application d'une interdiction globale devrait, en vertu de l'article 13 de la Convention, appliquer des restrictions aussi globales que ces contraintes le permettent. Toute Partie est tenue d'appliquer une interdiction globale à moins qu'elle soit « dans l'incapacité » de le faire « du fait de sa Constitution ou de ses principes constitutionnels ». Cette obligation doit être interprétée dans le contexte de la reconnaissance du fait « qu'une interdiction globale de la publicité, de la promotion et du parrainage réduira la consommation des produits du tabac » et à la lumière de l'objectif global de la Convention, qui est « de protéger les générations actuelles

et futures des effets sanitaires, sociaux, environnementaux et économiques dévastateurs de la consommation de tabac et de l'exposition à la fumée du tabac » (article 3 de la Convention).

Il est reconnu que la question de la façon de tenir compte des principes constitutionnels doit être déterminée par le système constitutionnel de chaque Partie.

OBLIGATIONS LIEES A L'ARTICLE 13.4 DE LA CONVENTION

Au titre des paragraphes 2 et 3 de l'article 13 de la Convention, les Parties sont tenues d'appliquer une interdiction globale de la publicité en faveur du tabac et de la promotion et du parrainage du tabac (ou d'appliquer des restrictions qui soient aussi complètes que possible compte tenu de leur Constitution ou de leurs principes constitutionnels). On peut s'attendre à ce que certaines formes de publicité, de promotion et de parrainage persistent chez les Parties qui n'ont pas encore respecté leurs obligations en vertu des paragraphes 2 et 3 de l'article 13 de la Convention. En outre, certaines formes très limitées de communications, de recommandations ou d'actions commerciales pertinentes pourraient subsister après l'application d'une interdiction globale, et certaines formes de publicité, de promotion et de parrainage pourraient être maintenues dans les Parties dont la Constitution ou les principes constitutionnels empêchent une interdiction globale.

Toute forme de publicité en faveur du tabac, de promotion ou de parrainage qui n'est pas interdite doit satisfaire aux exigences contenues dans l'article 13.4. Il s'agit notamment des exigences suivantes : chaque Partie « interdit toutes les formes de publicité en faveur du tabac, de promotion et de parrainage qui contribuent à promouvoir un produit du tabac par des moyens fallacieux, tendancieux ou trompeurs, ou susceptibles de donner une impression erronée quant aux caractéristiques, aux effets sur la santé, aux risques ou émissions du produit » (13.4.a) ; chaque Partie « exige qu'une mise en garde sanitaire ou d'autres mises en garde ou messages appropriés accompagnent toute publicité en faveur du tabac et, le cas échéant, toute promotion et tout parrainage du tabac » (13.4.b) ; chaque Partie « si elle n'a pas imposé d'interdiction globale, exige de l'industrie du tabac qu'elle fasse connaître aux autorités gouvernementales compétentes les dépenses qu'elle consacre à la publicité, à la promotion et au parrainage encore non interdits » (13.4.d)).

Les Parties devraient interdire l'utilisation de tout terme, descriptif, marque commerciale, emblème, image marketing, logo, couleur et signe figuratif ou autre⁷ tendant à promouvoir un produit du tabac ou l'usage du tabac directement ou indirectement par des moyens fallacieux, tendancieux ou trompeurs ou de nature à donner une impression erronée quant aux caractéristiques, aux effets sanitaires, aux dangers ou aux émissions d'un ou de plusieurs produits du tabac ou quant aux effets sanitaires ou au danger de la consommation de tabac. Cette interdiction devrait couvrir notamment l'emploi des termes « à faible teneur en goudrons », « légère », « ultra-légère », « douce », « extra », « ultra » et d'autres termes dans n'importe quelle langue qui pourraient être trompeurs ou donner une impression erronée.⁸

⁷ Ces expressions sont tirées de l'article 11.1.a) avec l'adjonction du mot « couleur » ; de l'avis du groupe de travail, celle-ci peut être utilisée pour donner une impression trompeuse des caractéristiques, des effets sanitaires ou des dangers des produits du tabac.

⁸ Voir l'article 11.1.a) et les directives sur l'article 11 de la Convention.

Les Parties devraient envisager de donner aux mises en garde sanitaires ou autres ainsi qu'aux messages accompagnant toute publicité en faveur du tabac, promotion ou parrainage une place au moins aussi visible que la publicité, la promotion ou le parrainage. Le contenu des mises en garde et des messages devrait être prescrit par les autorités compétentes et communiquer de façon efficace les risques sanitaires et le risque de dépendance liés à l'usage du tabac, décourager l'usage de produits du tabac et accroître la motivation en faveur du sevrage tabagique. Pour avoir un maximum d'efficacité, les mises en garde ou autres messages exigés par les Parties en vertu de l'article 13.4.b) de la Convention devraient être en cohérence avec les mises en garde ou autres messages sur le conditionnement exigés par les Parties en vertu de l'article 11.

Les Parties devraient exiger que l'industrie du tabac communique aux autorités gouvernementales compétentes toute activité de publicité, de promotion ou de parrainage à laquelle elle s'adonne. Ces communications devraient être fournies à des intervalles réguliers prescrits par la loi ainsi qu'en réponse à des demandes particulières. Elles devraient comprendre, aussi bien globalement que par marque, des informations sur les points suivants :

- le type de publicité, de promotion ou de parrainage, y compris son contenu, sa forme et le type de média utilisé ;
- le placement et l'importance ou la fréquence de la publicité, de la promotion ou du parrainage ;
- l'identité de toutes les entités engagées dans la publicité, la promotion ou le parrainage, y compris les agences de publicité et de production ;
- en cas de publicité, de promotion ou de parrainage transfrontières à partir du territoire d'une Partie, le ou les territoires destinés à les recevoir ou susceptibles de les recevoir ; et
- le montant des ressources financières ou autres utilisées pour la publicité, la promotion ou le parrainage.

Les Parties devraient faire en sorte que les informations soient facilement accessibles au public (par exemple par Internet)⁹, tout en garantissant la protection du secret de fabrication.

Si les obligations énoncées à l'article 13.4.d) concernant l'indication des dépenses consacrées par l'industrie du tabac à la publicité, à la promotion et au parrainage qui ne sont pas encore interdits s'appliquent uniquement aux Parties qui n'ont pas mis en place une interdiction globale, toutes les Parties devraient mettre en oeuvre les mesures recommandées, conformément à l'article 13.5, qui encourage les Parties à appliquer des mesures au-delà des obligations énoncées au paragraphe 4 dudit article. Exiger la communication par l'industrie du tabac des dépenses consacrées à toutes les activités de publicité, de promotion et de parrainage auxquelles elle s'adonne peut aider les Parties qui estiment avoir une interdiction globale à identifier toute activité de publicité, de promotion ou de parrainage qui n'est pas couverte par l'interdiction ou à laquelle s'adonnerait l'industrie du tabac en violation de l'interdiction. Les exigences concernant la communication peuvent avoir l'avantage supplémentaire de dissuader l'industrie du tabac de s'adonner à des activités de publicité, de promotion ou de parrainage qu'elle aurait pu entreprendre sans cela.

⁹ Cette disposition appuie l'obligation prévue par l'article 12.c) de promouvoir l'accès du public à un large éventail d'informations concernant l'industrie du tabac pertinentes au regard de l'objectif de la Convention.

Recommandation

Les Parties devraient respecter les exigences contenues dans l'article 13.4 concernant toute forme de publicité en faveur du tabac, de promotion ou de parrainage qui n'est pas interdite. Les Parties devraient interdire toute promotion d'un produit du tabac par des moyens fallacieux, tendancieux ou trompeurs ou susceptibles de donner une impression erronée ; prescrire les mises en garde ou messages sanitaires ou autres mises en garde ou messages appropriés ; et exiger la communication régulière par l'industrie du tabac aux autorités de toute activité de publicité, de promotion ou de parrainage à laquelle elle s'adonne. Les Parties devraient veiller à ce que l'information ainsi communiquée soit facilement accessible au public.

CONCORDANCE

Les interdictions sur le territoire des Etats et leur application effective sont les éléments essentiels de toute interdiction globale digne de ce nom de la publicité en faveur du tabac, de la promotion et du parrainage au niveau mondial. Les médias contemporains comme Internet, les films et les émissions directes par satellite traversent facilement les frontières, et de nombreuses formes de publicité, de promotion et de parrainage réglementées par le droit interne telles que le parrainage de manifestations sont émises et largement diffusées vers d'autres Etats. De plus, la publicité et la promotion sont souvent liées à des produits tels que des vêtements et des dispositifs technologiques ou apparaissent dans des publications et par conséquent passent d'un Etat à l'autre avec le déplacement de ces articles.

Il est évident que l'efficacité des interdictions en droit interne peut être compromise faute de coopération internationale.

Publicité, promotion et parrainage transfrontières à partir du territoire d'une Partie (matériel sortant)

L'article 13.2 de la Convention prévoit qu'une interdiction globale « sous réserve du cadre juridique et des moyens techniques dont dispose [chaque] Partie inclut l'interdiction globale de la publicité, de la promotion et du parrainage transfrontières *à partir de son territoire* ».

L'interdiction devrait s'étendre par exemple à tous les produits et publications imprimés ou produits sur le territoire d'une Partie, qu'ils s'adressent à des personnes sur le territoire de la Partie ou à des personnes sur le territoire d'autres Etats. Il est souvent difficile d'établir une distinction entre les publications et les produits destinés au pays d'origine ou utilisés sur son territoire et ceux destinés à d'autres Etats ou utilisés sur leur territoire.

L'interdiction devrait aussi s'appliquer à la publicité, à la promotion et au parrainage sur Internet ou sur d'autres supports technologiques de communications transfrontières qui seraient le fait de toute personne ou entité sur le territoire d'une Partie, que le matériel soit destiné à des personnes sur ce territoire ou non.

En outre, l'interdiction devrait aussi s'appliquer à toute personne ou entité qui diffuse de la publicité en faveur du tabac, ou est à l'origine d'une promotion ou d'un parrainage susceptibles d'être reçus dans un autre Etat.

En cas d'interdiction globale de la publicité, de la promotion et du parrainage à partir du territoire d'une Partie, il faudrait aussi assurer que les ressortissants d'une Partie – personnes physiques ou morales – ne font pas de publicité, de promotion ou de parrainage sur le territoire d'un autre Etat, que ces activités soient réimportées ou non par l'Etat d'origine.

Publicité, promotion et parrainage transfrontières entrant sur le territoire d'une Partie

L'article 13.7 de la Convention prévoit que « Les Parties qui ont interdit certaines formes de publicité en faveur du tabac, de promotion et de parrainage ont le droit souverain d'interdire ces formes de publicité, de promotion et de parrainage transfrontières *entrant dans leur territoire* et d'imposer les mêmes sanctions que celles qui s'appliquent à la publicité, à la promotion et au parrainage de caractère national qui émanent de leur territoire, conformément à leur législation nationale. ».

L'interdiction devrait s'étendre, par exemple, aux publications et produits imprimés ou produits dans d'autres Etats entrant sur le territoire d'une Partie ou destinés à des personnes sur ce territoire. Les Parties devraient envisager de procéder à des vérifications ponctuelles d'envois importés de publications imprimées. Si ces publications sont imprimées, publiées ou diffusées par des ressortissants d'une Partie ou par des entités établies sur le territoire d'une Partie, ceux-ci devraient être tenus pour responsables et l'interdiction devrait être appliquée dans toute la mesure possible.¹⁰ L'interdiction devrait aussi s'appliquer à l'ensemble du contenu Internet accessible sur le territoire d'une Partie et à tout autre matériel sonore, visuel ou audiovisuel diffusé vers le territoire d'une Partie ou reçu sur ce territoire, qu'il soit ou non destiné à des personnes qui s'y trouvent.

Recommandation

Les Parties ayant adopté une interdiction globale ou des restrictions concernant la publicité en faveur du tabac, la promotion et le parrainage devraient veiller à ce que la publicité en faveur du tabac, la promotion et le parrainage transfrontières à partir de leur territoire soient interdits ou restreints de la même manière que la publicité, la promotion et le parrainage sur le plan interne. Les Parties devraient utiliser leur droit souverain de prendre des mesures efficaces pour limiter ou éviter toute publicité en faveur du tabac, promotion et parrainage transfrontières à l'entrée sur leur territoire, en provenance de Parties qui ont adopté des restrictions ou de non Parties, étant entendu que dans certains cas des mesures efficaces devront être prévues dans un protocole.

¹⁰ Une Partie peut également étendre son interdiction à des non ressortissants, dans certains cas. La question de savoir comment traiter les ressortissants d'autres Parties pourra faire l'objet de dispositions d'un éventuel protocole sur la publicité, la promotion et le parrainage transfrontières.

ENTITES RESPONSABLES

Les entités responsables devraient être définies largement, en couvrant toute la chaîne de commercialisation. La responsabilité primaire devrait incomber à l'entité à l'origine de la publicité, de la promotion ou du parrainage, généralement les fabricants de produits du tabac, les distributeurs de produits en gros, les importateurs, les détaillants et leurs agents et associations.

En outre, de nombreuses autres entités sont concernées par la publicité en faveur du tabac, la promotion et le parrainage et devraient également être tenues pour responsables.

La responsabilité ne peut être attribuée de la même manière à toutes les entités, car leur participation à la production, au placement et à la diffusion de la publicité en faveur du tabac, de la promotion et du parrainage varie. Dans le cas du parrainage du tabac, les entités responsables sont celles qui apportent une contribution pertinente quelle qu'en soit la forme, celles qui reçoivent une contribution pertinente quelle qu'en soit la forme et tous les intermédiaires qui facilitent la fabrication ou la réception d'une forme de contribution pertinente. Lorsque la publicité en faveur du tabac et la promotion impliquent une communication, l'engagement de la responsabilité des entités dépendra de leur rôle dans la production et la diffusion du contenu de la communication et des moyens dont elles disposent pour la contrôler. Le diffuseur devrait être tenu pour responsable dans la mesure où il connaissait, ou était en mesure de connaître, le contenu de la publicité ou de la promotion. Cela est vrai quelle que soit la technologie des médias ou de la communication utilisée, mais surtout en ce qui concerne le contrôle du contenu sur Internet et la diffusion directe par satellite.

En ce qui concerne toutes les formes de médias et de communication :

- Il devrait être interdit aux personnes ou entités qui produisent ou publient du contenu (par exemple agences de publicité, graphistes, éditeurs de journaux et d'autres matériels imprimés, organismes de diffusion et producteurs de films, émissions de radio et de télévision, jeux et émissions en direct et producteurs de contenu sur Internet, de téléphonie mobile, de diffusion par satellite et de jeux) d'y inclure de la publicité en faveur du tabac, de la promotion et du parrainage.
- Il devrait être interdit aux personnes ou entités, par exemple médias et organisateurs de manifestations, sportifs, célébrités, vedettes de films et autres artistes, de faire de la publicité en faveur du tabac, de la promotion et du parrainage.
- Des obligations particulières (par exemple de supprimer ou neutraliser l'accès au contenu) devraient s'appliquer aux autres entités concernées par les médias et communications numériques ou analogiques (tels que les sites de réseaux sociaux, les fournisseurs de services Internet et les sociétés de télécommunication), une fois qu'elles sont avisées de la publicité en faveur du tabac, de la promotion et du parrainage.

Dans le cas d'entités morales, la responsabilité devrait normalement incomber à l'entreprise et non à l'employé.

Un contrat, accord ou arrangement concernant la publicité en faveur du tabac, la promotion ou le parrainage devrait être considéré comme nul et non avenué s'il est passé en violation d'une interdiction globale.

En ce qui concerne Internet, par exemple, on distingue cinq grandes catégories d'entités responsables sur lesquelles des interdictions ou des obligations particulières devraient être imposées.

- Les *producteurs de contenu* qui créent le contenu ou sont à l'origine de sa création. Il s'agit notamment de l'industrie du tabac, des agences de publicité et des producteurs d'émissions télévisées, de films et de jeux qui sont diffusés en ligne. Il devrait être *interdit* aux producteurs de contenu d'inclure une publicité en faveur du tabac, une promotion ou un parrainage dans le contenu qu'ils produisent.
- Les *éditeurs de contenu* comprennent les éditeurs et entités qui choisissent le contenu avant qu'il ne soit accessible aux usagers Internet (par exemple les sites Internet de journaux ou d'organismes de diffusion). Il devrait être *interdit* aux éditeurs de contenu d'inclure une publicité en faveur du tabac, une promotion ou un parrainage dans le contenu qu'ils mettent à la disposition du public.
- Les *hôtes* sont des entités, qui contrôlent les serveurs informatiques raccordés à Internet, sur lesquels le contenu est stocké, notamment les entités qui réunissent les matériels produits par d'autres sans choisir le contenu avant de le mettre à la disposition des usagers Internet (tels que les sites Internet de réseaux sociaux). Les hôtes devraient avoir *l'obligation de retirer* la publicité en faveur du tabac, la promotion et le parrainage *ou d'en neutraliser l'accès une fois qu'ils ont été mis au courant du contenu*.
- Les *navigateurs* sont des entités, comme les moteurs de recherche Internet, qui facilitent la recherche de contenu par les usagers de services de communication. Les navigateurs devraient avoir *l'obligation de neutraliser l'accès* à la publicité en faveur du tabac, à la promotion et au parrainage *une fois qu'ils ont été mis au courant du contenu*.
- Les *fournisseurs d'accès* sont des entités qui permettent à l'utilisateur en bout de chaîne d'avoir accès à des services de communication comme les fournisseurs de services Internet et les sociétés de téléphone mobile. Les fournisseurs d'accès devraient avoir *l'obligation de neutraliser l'accès* à la publicité en faveur du tabac, à la promotion et au parrainage *une fois qu'ils ont été mis au courant du contenu*.

A la différence des obligations que doivent respecter les producteurs de contenu, les éditeurs de contenu et les hôtes, les Parties peuvent limiter les obligations incombant aux navigateurs et aux fournisseurs d'accès à des efforts raisonnables pour neutraliser l'accès au contenu compte tenu de ce qui est techniquement possible.

Recommandation

Les entités responsables de la publicité en faveur du tabac, de la promotion et du parrainage devraient être largement définies et l'étendue de leur responsabilité doit dépendre de leur rôle.

La responsabilité primaire devrait incomber à l'entité à l'origine de la publicité, de la promotion ou du parrainage, généralement les fabricants de produits du tabac, les distributeurs de produits en gros, les importateurs, les détaillants et leurs agents et associations.

Il devrait être interdit aux personnes ou entités qui produisent ou publient du contenu dans les médias d'y inclure une publicité en faveur du tabac, une promotion et un parrainage.

Il devrait être interdit aux personnes ou entités (telles que des organisateurs de manifestations, sportifs et célébrités) de faire de la publicité en faveur du tabac, de la promotion et du parrainage.

Des obligations particulières (comme l'obligation de supprimer du contenu) devraient être appliquées aux autres entités concernées par les médias analogiques ou numériques une fois qu'elles ont été informées de l'existence d'une publicité en faveur du tabac, d'une promotion et d'un parrainage.

APPLICATION AU PLAN INTERNE DE LOIS SUR LA PUBLICITE EN FAVEUR DU TABAC, LA PROMOTION ET LE PARRAINAGE

Sanctions

Les Parties devraient introduire et appliquer des sanctions efficaces, proportionnées et dissuasives (y compris des amendes, des rectifications apportées à des annonces publicitaires et la suspension ou l'annulation de licences). Pour qu'elles soient dissuasives, les sanctions devraient être progressives et en rapport avec la nature et la gravité des infractions commises, y compris en cas de première infraction, et devraient dépasser les avantages économiques potentiels pouvant découler de la publicité, de la promotion ou du parrainage.

Les infractions répétées devraient entraîner une sanction très significative pour un fabricant ou une entité responsable. En cas d'infractions fréquentes ou flagrantes, des sanctions plus rigoureuses devraient être imposées, pouvant aller jusqu'à des peines d'emprisonnement. Les sanctions devraient également prévoir l'obligation de remédier à l'infraction par exemple :

- en supprimant la publicité, la promotion ou le parrainage ;
- en assurant la publication de la décision, d'une manière à déterminer par le tribunal et aux dépens de la partie ou des parties désignées par lui ; et
- en finançant une rectification ou une contre-publicité.

Les sanctions devraient s'appliquer à la conduite des entités et pas seulement aux personnes (y compris les entités commerciales qui peuvent être tenues pour responsables de la conduite d'entités commerciales apparentées en dehors du territoire d'un Etat mais produisant des effets sur celui ci). Elles devraient aussi s'appliquer à la conduite des dirigeants, directeurs, mandataires et/ou représentants juridiques d'entités commerciales qui sont responsables de la conduite de l'entité.

Les licences de fabricants de produits du tabac, de distributeurs de produits en gros, d'importateurs et de détaillants peuvent offrir un moyen efficace de contrôler la publicité, la promotion et le parrainage. Une licence ne serait accordée ou

renouvelée que si le postulant peut assurer le respect des dispositions juridiques. En cas de non-respect, la licence pourrait être retirée pendant un certain temps ou annulée. Pour les entités responsables qui ne sont pas directement concernées par la production ou la vente de produits du tabac, par exemple les organismes de diffusion, mais qui doivent avoir une licence, le respect des dispositions sur la publicité en faveur du tabac, la promotion et le parrainage devrait figurer parmi les critères de délivrance, de renouvellement, de suspension ou de révocation d'une licence.

Si des sanctions dissuasives sont en place, les autorités chargées d'appliquer les lois pourraient réussir à mettre un terme aux pratiques illégales sans recourir à une procédure judiciaire (par exemple, au moyen de contacts, de réunions, d'avertissements, de décisions administratives et d'amendes périodiques).

Surveillance, application et accès aux tribunaux

Les Parties devraient désigner une autorité indépendante, compétente, chargée de surveiller et d'appliquer les lois et lui confier les pouvoirs et les ressources nécessaires. Cet organisme devrait avoir le pouvoir d'enquêter sur les plaintes, de saisir le matériel illégal de publicité ou de promotion et de se prononcer sur les plaintes et/ou d'engager des actions judiciaires appropriées.

La société civile et les citoyens devraient être associés à la surveillance et à l'application effective de l'interdiction. On peut s'attendre à ce que des organisations de la société civile, notamment les entités telles que les organisations concernées par la santé publique, les soins de santé, la prévention ou la protection de la jeunesse ou les associations de consommateurs, assurent une surveillance scrupuleuse, et la législation devrait préciser qu'un particulier peut porter plainte.

Il faudrait en outre prévoir des options de droit civil permettant de s'opposer à la publicité en faveur du tabac, à la promotion et au parrainage. Le droit interne devrait donner à toute personne ou organisation non gouvernementale intéressée la possibilité d'intenter une action judiciaire contre des activités illégales de publicité en faveur du tabac, de promotion et de parrainage.

Le programme d'application pourra prévoir un numéro de téléphone gratuit pour la réception des plaintes, un site Web ou un système du même type pour encourager le public à signaler les violations.

Recommandation

Les Parties devraient introduire et appliquer des sanctions efficaces, proportionnées et dissuasives. Elles devraient désigner une autorité indépendante compétente chargée de surveiller et d'appliquer la loi et lui confier les pouvoirs et les ressources nécessaires. La société civile devrait être associée à la surveillance et à l'application de la loi et pouvoir engager une action judiciaire.

EDUCATION ET SENSIBILISATION DU PUBLIC

Dans l'esprit de l'article 12 de la Convention,¹¹ les Parties devraient promouvoir et renforcer la sensibilisation du public à la publicité en faveur du tabac, à la promotion et au parrainage dans tous les secteurs sociaux, en utilisant tous les moyens de communication disponibles. Les Parties devraient notamment adopter des mesures appropriées pour promouvoir un large accès à des programmes efficaces complets d'éducation et de sensibilisation du public soulignant l'importance de l'interdiction globale, former le public à sa nécessité et expliquer pourquoi la publicité, la promotion et le parrainage par l'industrie du tabac sont inacceptables.

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. Pour que les membres de la communauté puissent assumer ce rôle, ils doivent être sensibilisés au problème et comprendre la loi et les moyens d'agir en cas d'infraction.

Les Parties devraient appliquer des programmes d'éducation du public et de sensibilisation, informer les membres de la communauté des lois existantes sur la publicité en faveur du tabac, la promotion et le parrainage, sur les mesures qui peuvent être prises pour porter à la connaissance de l'autorité compétente toute publicité, toute promotion ou tout parrainage et sur les mesures qui peuvent être prises contre une personne qui a fait de la publicité en faveur du tabac, de la promotion ou du parrainage en violation de la loi.

Recommandation

Les Parties devraient promouvoir et renforcer, dans tous les secteurs de la société, la sensibilisation du public à la nécessité d'éliminer la publicité en faveur du tabac, la promotion et le parrainage, aux lois contre ceux-ci et aux moyens d'action dont disposent les particuliers en cas de violation de ces lois.

COLLABORATION INTERNATIONALE

L'efficacité des efforts visant à éliminer la publicité en faveur du tabac, la promotion et le parrainage dépend non seulement des initiatives entreprises individuellement par les Parties mais aussi de la mesure dans laquelle les Parties coopèrent face au problème. Une coopération internationale efficace est indispensable à l'élimination de la publicité en faveur du tabac, de la promotion et du parrainage tant sur le plan interne que transfrontières.

Les Parties à la Convention se sont déjà engagées à assurer la coopération internationale, notamment en vertu 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 transfrontières*), de l'article 19 (*Responsabilité*), de l'article 20 (*Recherche, surveillance et échange d'informations*), en particulier de l'article 20.4 (*Echange d'informations scientifiques, techniques, socio-économiques, commerciales et juridiques du domaine public, ainsi que d'informations*

¹¹ « Education, communication, formation et sensibilisation du public ».

concernant les pratiques de l'industrie), 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).

Outre les recommandations figurant dans les présentes directives, la Conférence des Parties prend également note de la recommandation du groupe de travail sur d'autres mesures en ce qui concerne la facilitation de l'échange d'informations et d'autres formes de coopération entre les Parties qui contribueraient à l'élimination de la publicité, de la promotion et du parrainage transfrontières.¹² De telles mesures pour éliminer la publicité en faveur du tabac, la promotion ou le parrainage à l'intérieur des frontières présentent également des avantages car les Parties gagneraient à échanger des informations, des données d'expérience et des compétences concernant *toute* publicité, *toute* promotion et *tout* parrainage, et non pas uniquement la publicité, la promotion et le parrainage transfrontières.

¹²Décision FCTC/COP3(14).

APPENDICE

Liste indicative (non exhaustive) des formes de publicité en faveur du tabac, de promotion et de parrainage au sens de la Convention

- communication par des moyens sonores, visuels ou audiovisuels : imprimés (y compris journaux, revues, brochures, dépliants, feuilles volantes, lettres, panneaux, affiches, signes), télévision et radio (y compris terrestre et par satellite), films, DVD, vidéos et CD, jeux (jeux sur ordinateur, jeux vidéo ou jeux en ligne) et autres moyens de communication numérique (y compris Internet et téléphones mobiles), représentation dramatique ou autre représentation en direct ;
- apposition de marques commerciales, y compris dans les lieux de loisirs et les points de vente au détail, et sur des véhicules et du matériel (par exemple, par l'utilisation de couleurs ou assemblages de couleurs de la marque, de logos ou de marques de fabrique) ;
- présentation de produits du tabac aux points de vente ;
- distributeurs automatiques de produits du tabac ;
- vente de produits du tabac sur Internet ;
- extension et échange de marques (diversification des produits) ;
- placement de produits, c'est-à-dire inclusion d'un produit du tabac, d'un service ou d'une marque de fabrique, ou référence à un produit, service ou marque de fabrique, dans le contexte d'une communication (voir ci-dessus), contre un paiement ou une autre prestation ;
- dons ou remises de prix sur certains articles lors de l'achat de produits du tabac (par exemple porte-clés, tee-shirts, casquettes, briquets) ;
- fourniture d'échantillons gratuits de produits de tabac, notamment à l'occasion d'enquêtes de marché et de tests de goût ;
- actions promotionnelles incitatives ou de fidélisation (par exemple remise de coupons lors de l'achat de produits du tabac) ;
- concours, associés à des produits du tabac ou à des noms de marques, indépendants ou non de l'achat d'un produit du tabac ;
- matériel de promotion (y compris d'information) prenant pour cible directe des particuliers – par exemple courrier direct, télémarketing, enquêtes de consommateurs ou « recherches » ;
- promotion de produits bénéficiant de remises de prix ;
- vente ou fourniture de jouets ou de confiseries ressemblant à des produits du tabac ;
- paiements ou autres contributions à des détaillants pour les encourager à vendre des produits avec des remises de prix, notamment programmes d'incitation des détaillants (avec récompenses aux détaillants qui obtiennent certains chiffres de vente) ;
- conditionnement et caractéristiques de conception des produits ;

- paiement ou autre prestation en échange de la vente exclusive ou de la présentation bien visible d'un produit déterminé ou d'un produit d'un fabricant particulier par un détaillant, lors d'une manifestation ou dans un lieu particulier ;
- vente, fourniture, placement et présentation de produits dans des établissements d'éducation ou des lieux de divertissement, lors de réceptions, d'événements sportifs, musicaux, sociaux ou artistiques ;
- fourniture d'un appui financier ou autre à des manifestations, des activités, des particuliers ou des groupes (par exemple manifestations sportives ou artistiques, sportifs individuels ou équipes sportives, artistes ou groupes artistiques, organisations de bienveillance, politiciens, candidats politiques ou partis politiques) en échange ou non d'une publicité, notamment des activités de responsabilité sociale des entreprises ; et
- fourniture d'un appui financier ou autre par l'industrie du tabac à des opérateurs dans des lieux déterminés, comme des bistrots, des clubs ou des lieux de divertissement en échange de la construction ou de la rénovation de locaux pour promouvoir les produits du tabac ou l'utilisation ou la fourniture de stores ou de parasols.

