

Lobbying de l'industrie du tabac : changement ou continuité ?

5^{ème} Journée Internationale du
Marketing Santé

Pr Y Martinet – E Béguinot

21/06/2018

Plan

I. Le lobbying au cœur de l'activité de l'industrie du tabac

II. La CCLAT et la protection des politiques publiques

III. Adaptation de l'industrie à la nouvelle donne

Des produits très réglementés du fait de leur multiples dommages

- Une épidémie industrielle avec un coût **sanitaire** majeur

 - ⇒ 73 000 décès prématurés évitables en France

 - ⇒ 2030 : 8 millions de décès dans le monde

- Des produits hautement **addictifs**

- Un marque **social**

- Un coût **financier** :

 - ⇒ 120 Mds coût social / dette publique : 40 M €/j

- **Economique et Environnemental**

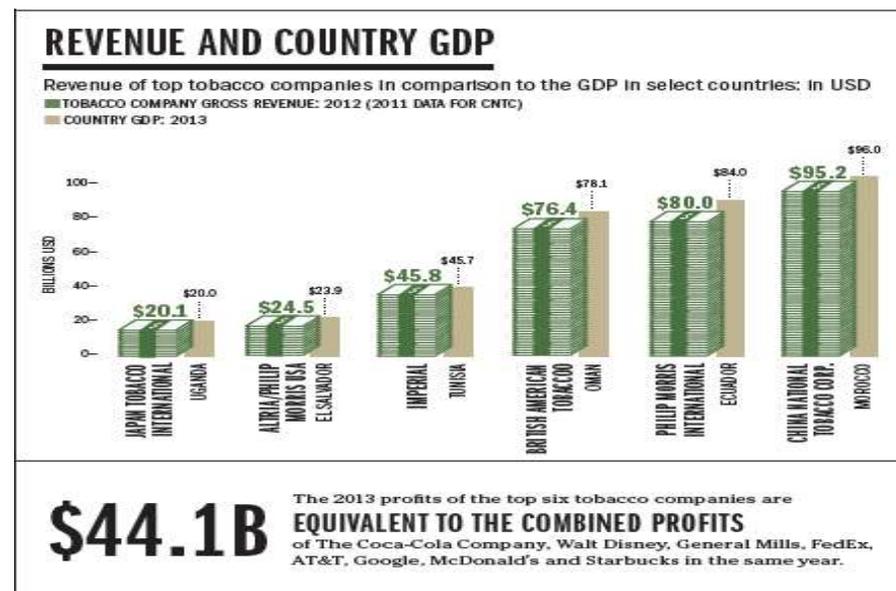
 - ⇒ ODD

L'industrie du tabac : une industrie oligopolistique

➤ Un marché dominé par 4 grands majors :

- Altria/Philip Morris
- British American Tobacco
- Japan Tobacco International
- Imperial Tobacco (Altadis)

Profits IT en 2013



The 2013 profits of the top six tobacco companies are **EQUIVALENT TO THE COMBINED PROFITS** of The Coca-Cola Company, Walt Disney, General Mills, FedEx, AT&T, Google, McDonald's and Starbucks in the same year.

The tobacco atlas 2013. www.tobaccoatlas.org

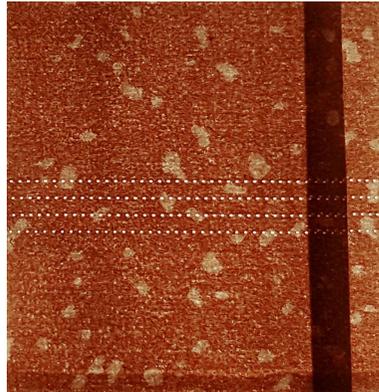
Entente

Prix :

Condamnation en Roumanie
Plainte en cours en France

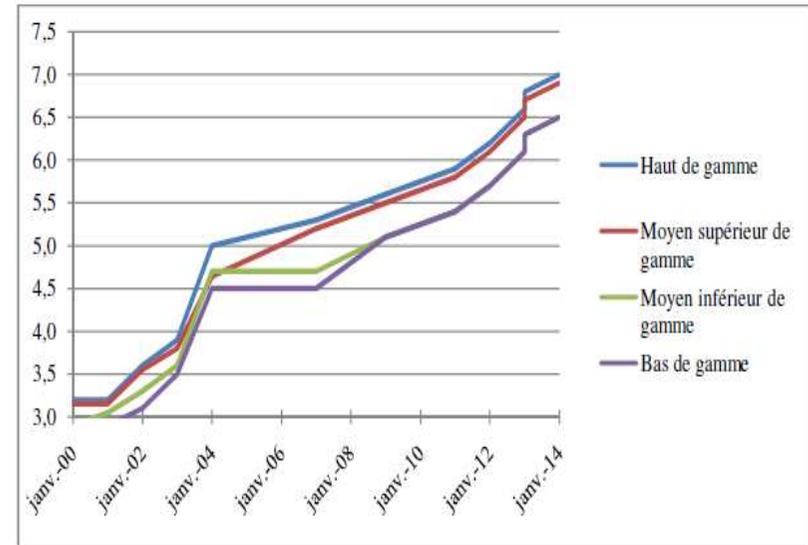
Manipulation des produits

« Filtergate »



Pression sur la décision

Evolution des prix des cigarettes en France
2000-2014
(paquets 20 cig)



Les modalités générales de lobbying

Une même vision : « gagner la guerre »

Un même objectif : gagner l'opinion et isoler les acteurs de santé

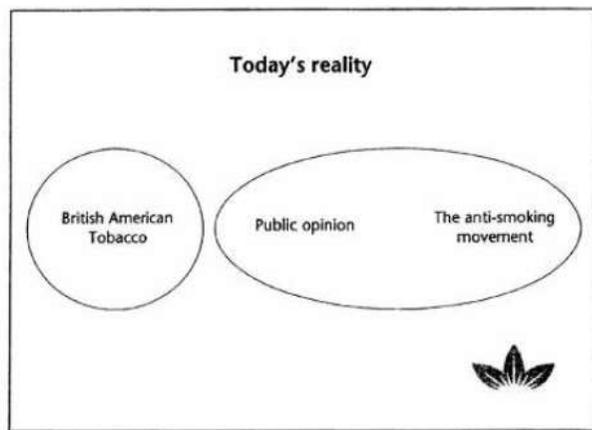


Figure 1.1 - Diapositive de British American Tobacco sur l'opinion publique actuelle à son égard et vis-à-vis du mouvement anti-tabac (« La réalité d'aujourd'hui »). Source : Legacy Tobacco Documents Library, 2000.

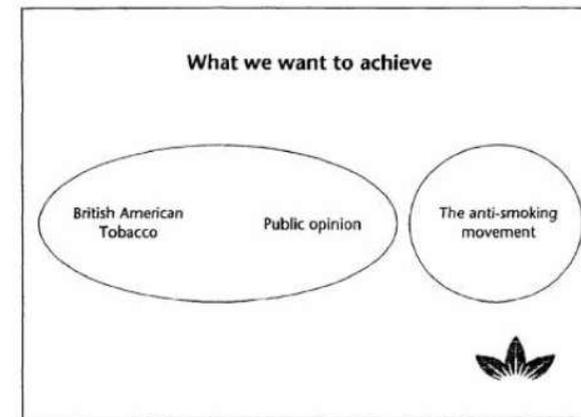


Figure 1.2 - Diapositive de British American Tobacco sur sa stratégie à l'égard de l'opinion publique et vis-à-vis du mouvement anti-tabac (« Ce que nous voulons atteindre »). Source : Legacy Tobacco Documents Library, 2000.

Une stratégie définie à l'échelle internationale et ajustée au contexte local

L'ingérence de l'industrie du tabac en France

Bloquer, retarder ou vider de leur substance les mesures efficaces



Se protéger contre l'ingérence : une disposition efficace

1er traité international de santé publique - OMS

Des mesures fondées sur les preuves scientifiques pour réduire la consommation de tabac,

Traité ratifié par la France en octobre 2004,

Entré en vigueur en février 2005

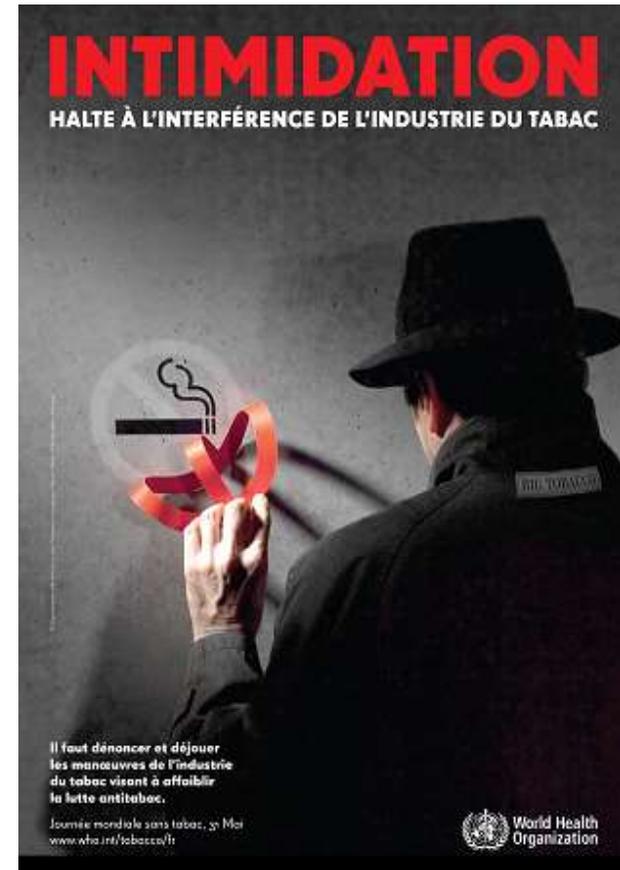


Se protéger contre l'ingérence : une obligation

« Obligations générales -

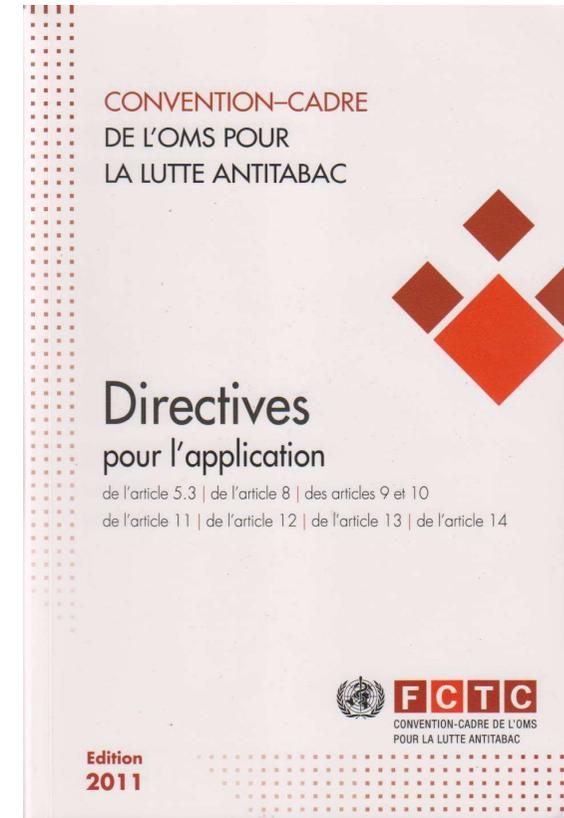
En définissant et en appliquant leurs politiques de santé publique en matière de lutte antitabac, les Parties veillent à ce que ces politiques ne soient pas influencées par les intérêts commerciaux et autres de l'industrie du tabac, conformément à la législation nationale »

Article 5.3 - CCLAT



Se protéger : 8 axes de mesures

1. Sensibiliser / l'ingérence de l'IT
2. Limiter les interactions et garantir la transparence
3. Rejeter les partenariats et accords non contraignants.
4. Eviter les conflits d'intérêts
5. Transparence / exactitude des info IT
6. Supprimer la CSR pour IT
7. Pas de traitement préférentiel / IT
8. IT publique idem privée



Prise de conscience



Constat du CNCT

Un constat du CNCT, intervenu pendant les internationaux de Roland Garros de 2013, fait état d'un soutien de plusieurs fabricants de tabac à la Fédération Française de Tennis (FFT) à l'occasion de cet événement.

L'association s'est rendue sur place et a pu relever qu'il « existait bien des relations contractuelles entre la FFT et les sociétés Philip Morris d'une part, et British American Tobacco d'autre part ». Elle a également noté l'existence d'une tente louée dans le Village à la société Davidoff.

L'association a pu obtenir les contrats passés entre la FFT et les divers fabricants de tabac, et a constaté que la FFT a fourni aux sociétés Davidoff, Philip Morris France et BAT France, des espaces de relations publiques leur permettant de faire de la propagande en faveur du tabac, en contrepartie de versements dont le total s'élève à 1 099 173 € HT.



Tabac : les images du repas à 10.000 euros

13h36, le 11 juin 2013, modifié à 14h12, le 19 juin 2017

VIDEO - Mardi soir, dans l'émission Cash Investigation consacrée à la fraude fiscale, la journaliste de France 2 Elise Lucet s'immisce dans un déjeuner privé entre des industriels du tabac et des élus. Les images du fameux repas à 10.000 euros, révélé par le JDD.



(2b) Le Club des Parlementaires Amateurs de Havanes - le discours de la Présidente de BAT tenu secret



Le discours de la présidente de British American Tobacco France, Soraya Zouehid, lors du déjeuner du 29 mai 2013, est présenté dans la note suivante. Elle démontre parfaitement la démarche du fabricant à travers ce type d'initiative : celle de servir les intérêts politiques de l'industrie en décourageant l'adoption de législations anti-tabac efficaces. Le moment était crucial : les discussions autour de la révision de la Directive tabac avaient lieu à ce moment même au Parlement européen et au niveau des Etats membres, autour de mesures de santé publique fortes : mise en place du paquet neutre, interdiction des arômes, interdiction des cigarettes fines, etc.

Déjeuner du CPAH – 29 mai 2013, Discours de Soraya Zouehid

Monsieur le Président, cher André Santini,
Messieurs les ministres,
Messdames et messieurs les parlementaires,
Chers amis,
Je suis très heureuse de me retrouver de nouveau avec vous à l'occasion de ce déjeuner de notre club des amateurs de Havanes.
British American Tobacco a toujours beaucoup de plaisir à accompagner ces rencontres conviviales autour d'une passion partagée.
Mon propos sera très bref mais je ne résiste pas au plaisir de commencer par cette phrase issue du projet de directive européenne sur les produits du tabac, qui est actuellement en discussion : il est indiqué – je cite – que « les cigarettes sont exemptées de certaines mesures d'interdiction dans la mesure où ces produits sont principalement consommés par des individus plus âgés ».
Je ne suis pas du tout d'accord avec cette directive : je vous trouve tous très jeunes et très en forme.
Chers amis, au-delà de la boutade, permettez-moi de vous dire deux mots de l'ensemble des réglementations qui sont en préparation à Bruxelles ou à Paris et qui assombrissent considérablement l'avenir de nos entreprises.
Nous savons qu'il est nécessaire d'agir pour la santé et particulièrement des jeunes et nous ne risons pas la dangerosité de nos produits : nous comprenons donc que notre marché soit le plus réglementé.
Mais nous pensons qu'il faut que chaque nouvelle réglementation soit équilibrée et cohérente avec cet objectif de santé publique. Or le paquet générique ou quasi générique, la suppression des ingrédients et des arômes comme le menthol, l'interdiction des formats comme les cigarettes fines ne sont pas des mesures pertinentes.
Aucune étude ni même sondage auprès des citoyens européens ne viennent corroborer la relation entre ces mesures et le choix d'arrêter de fumer.
La prévention et l'éducation sont de loin les mesures les plus efficaces et elles sont curieusement absentes de la directive européenne.
L'harmonisation des prix en Europe n'est pas non plus un objectif recherché par le texte.



Transposition droit français

« Art. L. 3512-7. – I. – Les fabricants, les importateurs et les distributeurs de produits du tabac ainsi que les entreprises, les organisations professionnelles ou les associations les représentant adressent chaque année au ministre chargé de la santé un rapport détaillant l'ensemble des dépenses liées à des activités d'influence ou de représentation d'intérêts.

Obligation de transparence : rapport annuel sur les dépenses de lobbying

20 mai 2016

JOURNAL OFFICIEL DE LA RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Texte 27 sur 128

- « II. – Sont considérées comme des dépenses liées à des activités d'influence ou de représentation d'intérêts :
- « 1° Les rémunérations de personnels employés en totalité ou en partie pour exercer des activités d'influence ou de représentation d'intérêts ;
 - « 2° Les achats de prestations auprès de sociétés de conseil en activités d'influence ou de représentation d'intérêts ;
 - « 3° Les avantages en nature ou en espèces, sous quelque forme que ce soit, d'une façon directe ou indirecte, dont la valeur dépasse 10 €, procurés à :
 - « a) Des membres du Gouvernement ;
 - « b) Des membres des cabinets ministériels ou à des collaborateurs du Président de la République ;
 - « c) Des collaborateurs du Président de l'Assemblée nationale ou du Président du Sénat ;
 - « d) Des parlementaires ;
 - « e) Des personnes chargées d'une mission de service public que leur mission ou la nature de leur fonction appelle à prendre ou à préparer les décisions et les avis des autorités publiques relatifs aux produits du tabac ;
 - « f) Des experts, personnes physiques ou morales, chargés, par convention avec une personne publique, d'une mission de conseil pour le compte d'une personne publique qui a pour mission de prendre ou de préparer les décisions et les avis des autorités publiques relatifs aux produits du tabac.
- « III. – Le rapport mentionné au I indique, pour chaque entreprise tenue de l'établir :
- « 1° Le montant total des rémunérations mentionnées au 1° du II et le nombre des personnes concernées ;
 - « 2° Le montant total et l'identité des bénéficiaires des dépenses mentionnées au 2° du II ;
 - « 3° La nature et l'identité du bénéficiaire de chaque dépense mentionnée au 3° du II.

Sanction pénale en cas de manquements

« Art. L. 3515-5. – Est puni de 45 000 € d'amende le fait pour les fabricants, les importateurs et les distributeurs de produits du tabac, ainsi que les entreprises, les organisations professionnelles ou les associations les représentant de ne pas adresser au ministre chargé de la santé le rapport annuel prévu à l'article L. 3512-7 ou d'omettre sciemment de rendre publiques les dépenses qui doivent y être incluses en application du même article.

« Art. L. 3515-6. – Les personnes morales déclarées responsables pénalement, dans les conditions prévues par l'article 121-2 du code pénal, des infractions définies aux articles L. 3515-3 et L. 3515-4, encourent, outre l'amende dont le taux maximum est défini suivant les modalités prévues par l'article 131-38 du code pénal :

- « 1° La suppression, l'enlèvement ou la confiscation de la publicité interdite aux frais des délinquants ;
- « 2° En cas de récidive, l'interdiction, pendant une durée inférieure ou égale à cinq ans, de la vente des produits qui ont fait l'objet de l'opération illégale.

« En cas de poursuites, la cessation de la publicité peut être ordonnée soit sur réquisition du ministère public, soit d'office par le juge d'instruction ou le tribunal saisi des poursuites. La mesure ainsi prise est exécutoire nonobstant toutes voies de recours. Mainlevée peut en être donnée par la juridiction qui l'a ordonnée ou qui est saisie du dossier. La mesure cesse d'avoir effet en cas de décision de non-lieu ou de relaxe.

« Les décisions statuant sur les demandes de mainlevée peuvent faire l'objet d'un recours devant la chambre de l'instruction ou devant la cour d'appel selon qu'elles ont été prononcées par un juge d'instruction ou par le tribunal saisi des poursuites.

Transposition droit français

« Art. L. 3512-7. – I. – Les fabricants, les importateurs et les distributeurs de produits du tabac ainsi que les entreprises, les organisations professionnelles ou les associations les représentant adressent chaque année au ministre chargé de la santé un rapport détaillant l'ensemble des dépenses liées à des activités d'influence ou de représentation d'intérêts.

20 mai 2016

JOURNAL OFFICIEL DE LA RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Texte 27 sur 128

« II. – Sont considérées comme des dépenses liées à des activités d'influence ou de représentation d'intérêts :

« 1° Les rémunérations de personnels employés en totalité ou en partie pour exercer des activités d'influence ou de représentation d'intérêts ;

« 2° Les achats de prestations auprès de sociétés de conseil en activités d'influence ou de représentation d'intérêts ;

« 3° Les avantages en nature ou en espèces, sous quelque forme que ce soit, d'une façon directe ou indirecte, dont la valeur dépasse 10 €, procurés à :

« a) Des membres du Gouvernement ;

« b) Des membres des cabinets ministériels ou à des collaborateurs du Président de la République ;

« c) Des collaborateurs du Président de l'Assemblée nationale ou du Président du Sénat ;

« d) Des parlementaires ;

« e) Des personnes chargées d'une mission de service public que leur mission ou la nature de leur fonction appelle à prendre ou à préparer les décisions et les avis des autorités publiques relatifs aux produits du tabac ;

« f) Des experts, personnes physiques ou morales, chargés, par convention avec une personne publique, d'une mission de conseil pour le compte d'une personne publique qui a pour mission de prendre ou de préparer les décisions et les avis des autorités publiques relatifs aux produits du tabac.

« III. – Le rapport mentionné au I indique, pour chaque entreprise tenue de l'établir :

« 1° Le montant total des rémunérations mentionnées au 1° du II et le nombre des personnes concernées ;

« 2° Le montant total et l'identité des bénéficiaires des dépenses mentionnées au 2° du II ;

« 3° La nature et l'identité du bénéficiaire de chaque dépense mentionnée au 3° du II.

http://solidarites-sante.gouv.fr/prevention-en-sante/addictions/article/transparence-des-relations-d-influence-de-l-industrie-du-tabac

The screenshot shows a web browser window with the URL solidarites-sante.gouv.fr/prevention-en-sante/addictions/article/transparence-des-relations-d-influence-de-l-industrie-du-tabac. The page is from the French Ministry of Solidarity and Health. The main navigation bar includes categories like 'Actualités', 'Grands dossiers', 'Ministère', 'Métiers et concours', 'Professionnels', and 'Études et statistiques'. The sub-navigation bar highlights 'Prévention en santé'. The breadcrumb trail is 'Accueil > Prévention en santé > Addictions > Transparence des relations d'influence de l'industrie du tabac'. The article title is 'Transparence des relations d'influence de l'industrie du tabac'. The sub-header reads: 'Information du public sur les dépenses liées à des activités d'influence ou de représentation d'intérêt des fabricants, importateurs et distributeurs de produits du tabac et de leurs représentants'. It is dated 'publié le : 11.04.17 - mise à jour : 16.10.17'. The article content states: 'Pour la première fois, les fabricants, les importateurs et les distributeurs de produits du tabac ainsi que les entreprises, les organisations professionnelles ou les associations les représentants ont déclaré auprès du ministère chargé de la santé, l'ensemble des dépenses liées à des activités d'influence ou de représentation d'intérêts réalisées au titre de l'année 2016.' The article lists: '24 entreprises ont déclaré n'avoir réalisé aucune dépense relative à des activités d'influence ou de représentation d'intérêt.' and '25 entreprises ont déclaré des dépenses de cette nature, pour un montant total de 255 737 euros.' Under 'Parmi ces 25 déclarants :', it lists: '9 entreprises ont déclaré des dépenses de rémunérations de personnels, employés en totalité ou en partie pour exercer des activités d'influence ou de représentation d'intérêts, pour un montant total de 203 307 euros;'. The right sidebar contains a 'Dans cette rubrique' section with links to 'Tabac : avertissements de caractère sanitaire', 'Lutte contre le tabagisme', 'Dispositif d'accompagnement à l'arrêt du tabac', 'Grossesse et tabac', 'Tabagisme passif et risques pour la santé', and 'Arrêt du tabac : prise en charge par'. Below that is a 'Dans cet article' section with links to 'Le principe de transparence des relations d'influence de l'industrie du tabac :', 'Quelles sont les dépenses liées à des activités d'influence ou de représentation d'intérêts ?', and 'Les déclarations 2016'. The bottom of the page shows the Windows taskbar with the date '09/06/2018' and time '17:30'.

Déclaration année 2017

24 entreprises aucune dépense de lobby

25 entreprises ont déclaré des dépenses de cette nature,
pour un montant total de 1 256 253 euros.

dont

9 entreprises : rémunérations de personnels, 203 307 euros ;

21 entreprises : achats de prestations de sociétés de conseil
lobby, 1 046 529 euros ;

1 entreprise versement à 66 bénéficiaires, 6 416 euros.

Les changements / lobby de l'IT

- Le lobby du tabac ne renvoie pas à une théorie du complot,
- Prise de conscience que ce lobby constitue le premier obstacle à la réduction de la consommation, quels que soient les pays,
- Contribution à la dégradation de l'image de l'IT et par ricochet aussi du tabac,
- Probable sous déclaration mais la disparition de certaines pratiques,
- Attention l'IT = aussi les tiers et porte-voix
- Attention l'IT a une capacité d'adaptation, de contournement majeure

Adaptation de l'industrie au contexte actuel

1. Finalité & Objectif

- Développer ses marges bénéficiaires
- Empêcher l'adoption de mesures contraignantes
 - ⇒ Etre/Revenir à la table des décisions

2. Stratégie

- Redorer une image altérée
- Paraître un interlocuteur « crédible » directement ou indirectement
 - ⇒ Le rôle des tiers
- Entretenir le doute
 - ⇒ Agnotologie
- Déplacer le sujet

Illustration les « nouveaux produits »

Ex : Le tabac chauffé

- Heat-not-burn



IQOS (PMI)



-



- HeatSticks



GLO (BAT)



Kent Neosticks



GLO i Fuse (BAT)



Stratégie (1)

Contexte

- Efficacité des politiques publiques – de la CCLAT
- Préoccupation / santé
- Industrie isolée / Image altérée

Redorer une image altérée

2017 : a « smokefree world »
/ Smokefree future

2018 : PMI : abandon de la cigarette ?

**OUR NEW YEAR'S RESOLUTION
WE'RE TRYING TO
GIVE UP CIGARETTES**

Philip Morris is known for cigarettes. Every year, many smokers give them up. **Now it's our turn.**

Our ambition is to stop selling cigarettes in the UK. It won't be easy. But we are determined to turn our vision into reality. There are 9 million smokers in the UK who smoke. **The best action they can take is to quit smoking. That's all we want.**

But many will continue to smoke. That's why we want to replace cigarettes with products, such as e-cigarettes and heated tobacco, which are a better option for the millions of men and women in the UK who would otherwise not stop smoking.

So far, we have invested £2.5bn in research and development, and it is making a difference. **We've introduced new products in many countries, and millions of adult smokers have experienced nicotine and tar-free options to their cigarettes.**

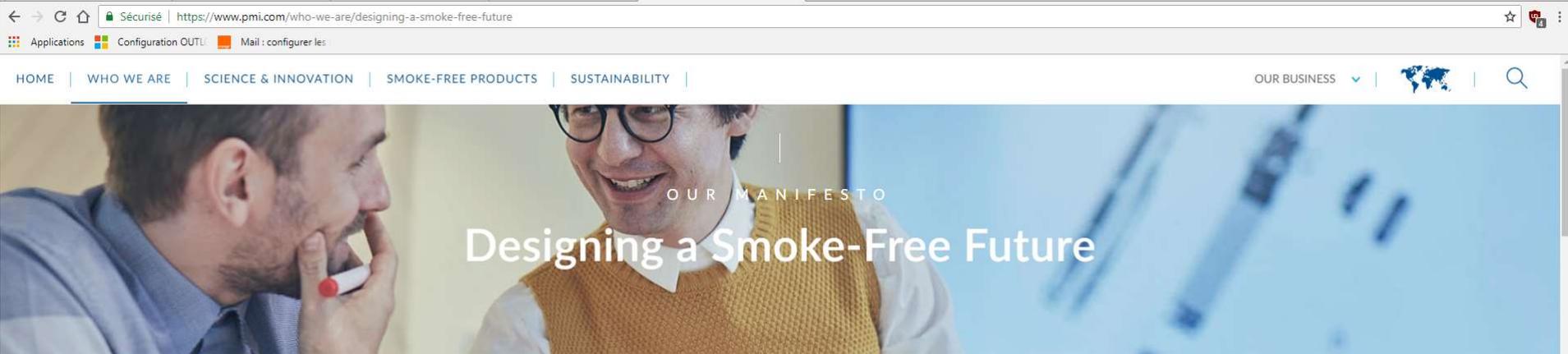
No cigarette company has done anything like this before. You might wonder if we really mean it. We do – and we're committed to making these commitments by 2025.

- 1) Launch a website and campaign to provide smokers with information on quitting and an alternative to cigarettes.
- 2) Offer to support Local Authority cessation services where smoking rates are highest.
- 3) Invest Governmental equipment to invest, directly into our cigarette packs, information on quitting and on our products.
- 4) Expand the availability of new, alternative products in the UK.

Quitting smoking... or never starting... is always best. The Philip Morris UK Alternative Tobacco and Nicotine Products team are committed to supporting you on your journey to a smoke-free future. For more information on quitting and our alternative products visit www.philipmorris.co.uk/quit

Philip Morris UK Limited

Site de Philip Morris



OUR GOAL AND STRATEGIES

Read about our company's strategies.

[VIEW MORE ▶](#)



CREATING LESS HARMFUL ALTERNATIVES TO CIGARETTES

Searching for an alternative to smoking? PMI has a wide variety of nicotine-containing products without the smoke.

[VIEW MORE ▶](#)



A COMMON-SENSE APPROACH FOR PUBLIC HEALTH

Shouldn't smokers be able to choose less harmful alternatives to cigarettes?

[VIEW MORE ▶](#)



THE WORLD HAS 1.1 BILLION SMOKERS.

ADVANCING GLOBAL PROGRESS IN SMOKING CESSATION & HARM REDUCTION

AMERICAN CANCER SOCIETY UPDATE

The American Cancer Society releases their public health statement on eliminating combustible tobacco use in the United States

[LEARN MORE →](#)

GLOBAL SURVEY RESULTS

The Foundation has announced results from a **Global Survey** of more than **17,000 smokers in 13 countries**, and made findings available for public review

[LEARN MORE →](#)

HELPING FARMERS

Working collaboratively to achieve a beneficial agricultural transformation in developing countries as tobacco demand falls

[LEARN MORE →](#)

OUR FOCUS AREAS

A high-level overview of the Foundation's four activity areas



Addressing Knowledge Gaps



Provide Direction on the Fastest Ways to Reduce Smoking



Monitor, Evaluate, and Report



Prepare Tobacco Farmers for an Era of Reduced Demand

Stratégie (2) Paraître un interlocuteur « crédible »

1. Se positionner sur la performance et l'innovation des produits

2. Faire parler des tiers



The screenshot shows the website 'Le Monde du Tabac' with a navigation bar containing icons for a hand holding a coin, a map of France, a cigarette pack, and the European Union flag. The main navigation menu includes: Profession, Institutions, Pression normative, E-cigarette, Associations, Trafic, International, and Observatoire. The article is dated 22 fév 2018 and is in the 'International' category. The title is 'Londres : quatre Iqos shops'. The text describes the opening of a new Iqos shop in London by Phillip Morris Limited. It mentions the shop's location in a high-end shopping area and its design. The article also includes a photo of the shop's interior and a sidebar with a search bar and a section titled 'L'essentiel' featuring a photo of cannabis plants and the text 'CBD : position de la Mildeca'. At the bottom, there is a section 'Le tabac en France' with the value '18.2 milliards €'.

Le Monde du Tabac

22 fév 2018 | International

Londres : quatre Iqos shops

Phillip Morris Limited vient d'ouvrir – ce mercredi 21 février – son quatrième point de vente londonien, dédié exclusivement à l'Iqos.

Et pas n'importe où. Dans le quartier très tendance, pour son shopping haut de gamme, de High Street Kensington. Sur l'emplacement d'une banque.

- Soit un espace commercial de 75 mètres carrés où les fumeurs curieux et souhaitant quitter la cigarette pourront goûter, tester et maîtriser l'Iqos en présence de conseillers.

Des écrans permettent, par ailleurs, d'en savoir plus sur la somme d'innovations comprise dans ce produit à risques potentiellement réduits ainsi que sur la technologie du tabac chauffé.

- Il y est possible aussi d'y personnaliser son device. Exactement comme avec la coque d'un téléphone portable.

L'aspect global du point de vente – le design y est d'inspiration scandinave – avec ses tonalités blanche, grise et cuivre ajoute à la classe du lieu. Un écran pour l'Iqos.

- Dans un communiqué, **Peter Nixon** (Managing Director de Philip Morris Limited UK & Ireland) inscrit l'ouverture de ce quatrième point de vente dédié dans une ambition plus globale de contribuer à un « smoke free future » (voir Lmdt du 4 janvier) : avec la conversion prochaine de 100 000 fumeurs adultes anglais à l'Iqos.
- La première boutique Iqos a ouvert dans le quartier central de Soho, en septembre 2016, sur Wardour Street. Et deux autres ont été lancées simultanément en septembre dernier : Boxpark Shoreditch (East London) et Westfield. (Voir aussi Lmdt des 12 et 1er février).

Fabricants, Produits du Tabac Nouvelle Génération

L'essentiel

CBD : position de la Mildeca

Rechercher sur le site

Saisissez un ou des mots clés

Recherche

Le tabac en France

18.2 milliards €



Le Monde du **Tabac**



Et pas n'importe où. Dans le quartier très tendance, pour son shopping haut de gamme, de High Street Kensington. Sur l'emplacement d'une banque.



Des écrans permettent, par ailleurs, d'en savoir plus sur la somme d'innovations comprise dans ce produit à risques potentiellement réduits ainsi que sur la technologie du tabac chauffé.

•• Il y est possible aussi d'y personnaliser son device. Exactement comme avec la coque d'un téléphone portable.

L'aspect global du point de vente – le design y est d'inspiration scandinave – avec ses tonalités blanche, grise et cuivre ajoute à la classe du lieu. Un écrin pour l'Iqos.

Stratégie (3) Mettre en avant des personnalités « au dessus de tout soupçon », en réalité « dévoyées »



Stratégie (4) Apparaître en force de propositions

Smoke-Free World@SmokeFreeFdn

We can drive change through education and understanding. Tomorrow, FSFW Founder & President, supports our mission for a #smokefreeworld by joining the conversation at the Global Forum on Nicotine. #GFN18
#RethinkingNicotine #reduceharm

La Fondation pour un Monde sans Tabac (Foundation for a smoke-free world, basée à New-York / voir Lmdt du 18 septembre 2017) a émis une communication sur le tabagisme en France, ce 31 mai, que nous reproduisons ci-dessous.



Malgré le fait qu'en France, neuf fumeurs sur dix soient sensibilisés aux dangers du tabac, 72 % ont échoué dans leurs tentatives d'arrêter, comme l'indiquent de nouvelles données publiées par la Fondation pour un monde sans tabac. Ces chiffres mettent en évidence le fait que de nouvelles options pour arrêter de fumer et réduire la nocivité s'imposent pour aider les fumeurs à vivre plus longtemps et plus sainement.

Stratégie (5) Entretenir le doute – Créer l'ignorance

La réalité des produits à l'épreuve du Nico-Score

- Nutri-score
- Nicotine auto administrée

– Pouvoir addictif



nul



maximum

– Risque sanitaire



nul



maximum

Le tabac chauffé : semer la zizanie, créer l'ignorance



- Pyrolyse + vaporisation
- Pouvoir addictif **majeur**
- Risques **inconnus**
- Réduction des risques / cigarette classique :
vraisemblablement médiocre
- Objectif sanitaire : **arrêt complet**

Stratégie (6) Paraître soucieux de la santé des consommateurs

1. Depuis 1964, le même discours
 - « Tobacco industry research committee »
 - l'introduction des filtres
 - l'introduction des légères
 - aujourd'hui les « tabacs chauffés »

2. En réalité, l'industrie du tabac, notamment Philip Morris, continue à vendre ses cigarettes,

A Frank Statement to Cigarette Smokers

RECENT REPORTS on experiments with mice have given wide publicity to a theory that cigarette smoking is in some way linked with lung cancer in human beings.

Although conducted by doctors of professional standing, these experiments are not regarded as conclusive in the field of cancer research. However, we do not believe that any serious medical research, even though its results are inconclusive should be disregarded or lightly dismissed.

At the same time, we feel it is in the public interest to call attention to the fact that eminent doctors and research scientists have publicly questioned the claimed significance of these experiments.

Distinguished authorities point out:

1. That medical research of recent years indicates many possible causes of lung cancer.
2. That there is no agreement among the authorities regarding what the cause is.
3. That there is no proof that cigarette smoking is one of the causes.
4. That statistics purporting to link cigarette smoking with the disease could apply with equal force to any one of many other aspects of modern life. Indeed the validity of the statistics themselves is questioned by numerous scientists.

We accept an interest in people's health as a basic responsibility, paramount to every other consideration in our business.

We believe the products we make are not injurious to health.

We always have and always will cooperate closely with those whose task it is to safeguard the public health.

For more than 300 years tobacco has given solace, relaxation, and enjoyment to mankind. At one time or another during those years critics have held it responsible for practically every disease of the human body. One by one these charges have been abandoned for lack of evidence.

Regardless of the record of the past, the fact that cigarette smoking today should even be suspected as a cause of a serious disease is a matter of deep concern to us.

Many people have asked us what we are doing to meet the public's concern aroused by the recent reports. Here is the answer:

1. We are pledging aid and assistance to the research effort into all phases of tobacco use and health. This joint financial aid will of course be in addition to what is already being contributed by individual companies.
2. For this purpose we are establishing a joint industry group consisting initially of the undersigned. This group will be known as TOBACCO INDUSTRY RESEARCH COMMITTEE.
3. In charge of the research activities of the Committee will be a scientist of unimpeachable integrity and national repute. In addition there will be an Advisory Board of scientists disinterested in the cigarette industry. A group of distinguished men from medicine, science, and education will be invited to serve on this Board. These scientists will advise the Committee on its research activities.

This statement is being issued because we believe the people are entitled to know where we stand on this matter and what we intend to do about it.

TOBACCO INDUSTRY RESEARCH COMMITTEE

5400 EMPIRE STATE BUILDING, NEW YORK 1, N. Y.

SPONSORS:

THE AMERICAN TOBACCO COMPANY, INC.
Paul M. Hehn, President

BEYSON & HEDGES
Joseph F. Calman, Jr., President

BRIGHT BELT WAREHOUSE ASSOCIATION
F. S. Royster, President

BROWN & WILLIAMSON TOBACCO CORPORATION
Timothy V. Hartnett, President

BURLEY AUCTION WAREHOUSE ASSOCIATION
Albert Cuy, President

BURLEY TOBACCO GROWERS COOPERATIVE ASSOCIATION
John W. Jones, President

LARUS & BROTHER COMPANY, INC.
W. T. Reed, Jr., President

F. LORILLARD COMPANY
Herbert A. Kent, Chairman

MARYLAND TOBACCO GROWERS ASSOCIATION
Samuel C. Linton, General Manager

PHILIP MORRIS & CO., LTD., INC.
O. Parker McComas, President

R. J. REYNOLDS TOBACCO COMPANY
E. A. Durr, President

STEPHANO BROTHERS, INC.
C. S. Stephano, D'Sci., Director of Research

TOBACCO ASSOCIATES, INC.
(An organization of non-cured tobacco growers)
J. R. Hutson, President

UNITED STATES TOBACCO COMPANY
J. W. Peterson, President

Stratégie (6) Détourner l'attention des véritables sujets

2. L'industrie du tabac continue à
- Investir des sommes majeures pour la promotion de ses produits
 - Etre condamnée pour violation aux législations de prévention du tabagisme



Stratégie (6) Détourner l'attention des véritables sujets

3. L'industrie du tabac s'oppose à l'adoption de toute mesure efficace pour réduire la consommation de tabac

Elle intimide et attaque tous les pays qui adoptent des mesures de protection à l'égard de leur population

2016 Tobacco Control Hot Spots

Below are some of the Hot Spots in global tobacco control (TC) that FCA will be watching in 2016.



Learn more: <http://bit.ly/1mJI63v>

www.FCTC.org

Conclusion

⇒ **Une forte continuité dans le changement**



Merci de votre attention

13 rue d'Uzès • 75002 Paris
Tél. : + 33 (0) 1 55 78 85 10
Email : cnct@cnct.fr

www.cnct.fr