



UNION EUROPENNE : Les stratégies de l'industrie du tabac en vue d'influencer la Communauté Européenne dans la législation relative à la publicité tabac

Rubrique : actualités - Vendredi 6 Avril 2002

Un article du numéro du Lancet de cette semaine éclaire comment l'industrie du tabac a exercé des pressions sur chaque Etat membre de la Communauté Européenne afin d'empêcher l'introduction d'une interdiction totale des publicités tabac en 1998.

Les restrictions sur les publicités des compagnies de tabac ainsi que sur le sponsoring constituent des armes efficaces dans les programmes de lutte contre le tabagisme à un niveau international. Au travers de la directive du conseil des ministres 98/43/EC, la Communauté Européenne essayait de mettre un terme aux publicités tabac et au sponsoring au sein de la Communauté Européenne d'ici 2006. Initialement proposée en 1989, la directive a été adoptée en 1998 avant d'être annulée par la Cour Européenne de Justice en l'an 2000 à la suite d'une campagne prolongée de lobbying à l'encontre de la directive orchestrée par un nombre d'organismes intéressés dont les compagnies de tabac européennes. Une nouvelle directive sur la publicité a été proposée en mai 2001

Stanton Glantz (l'un des protagonistes de l'enquête) fait le commentaire suivant : « l'industrie du tabac a cherché à repousser voire à empêcher l'adoption de la directive de la Communauté Européenne relative à la publicité et au sponsoring tabac en s'efforçant de gagner à sa cause d'éminentes personnalités politiques sur le plan européen tout en essayant de dissimuler le rôle de l'industrie. Une compréhension de ces stratégies peut aider à l'avenir les défenseurs européens de la santé dans l'adoption et l'application d'une législation efficace de lutte contre le tabagisme.

Source : Health-News.co.uk, le 12 avril 2002

The Lancet, 2002 ; vol 359 : 1323-30, 13 avril 2002 ([site Internet](#)).