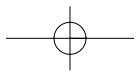
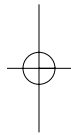
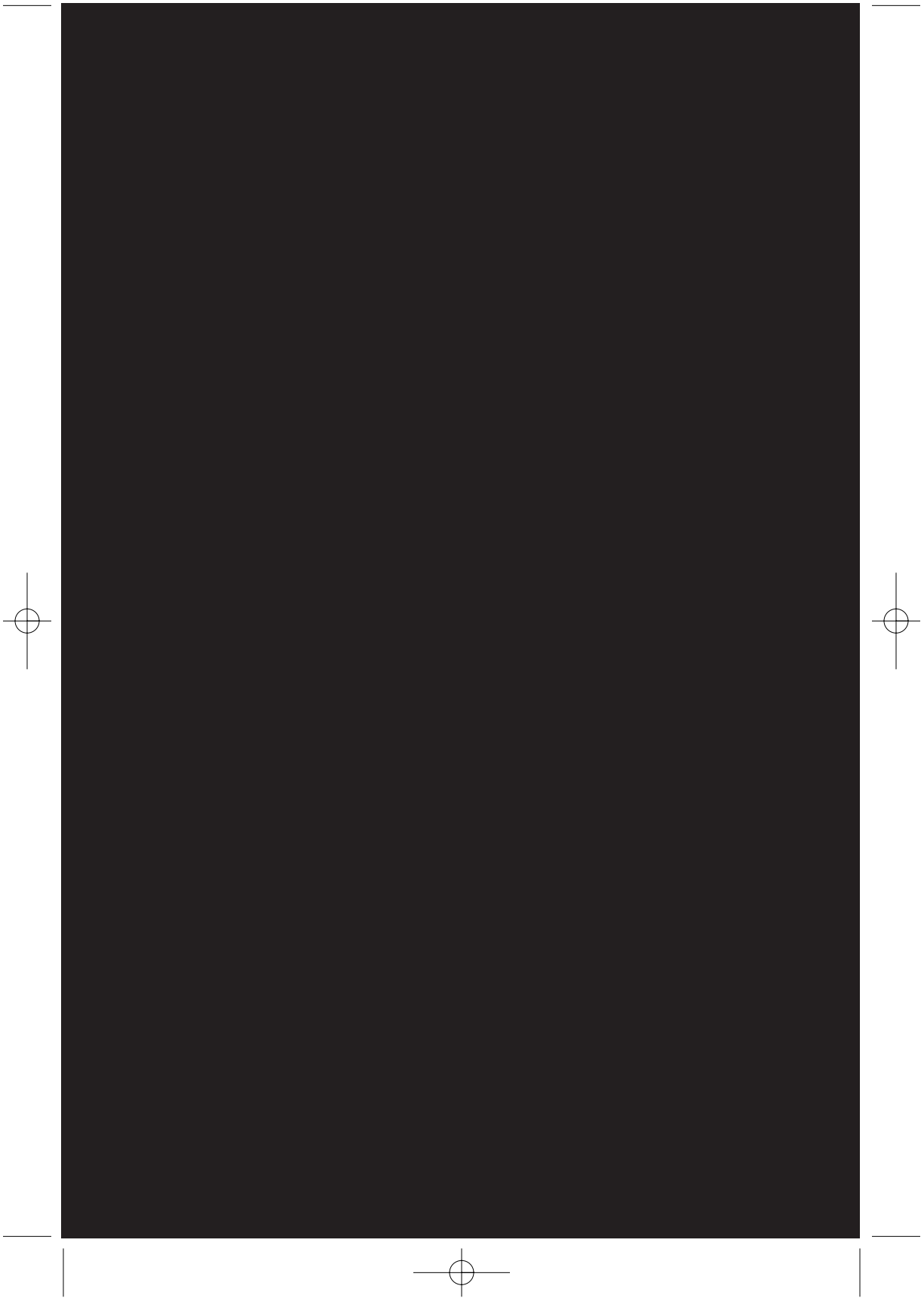


La dénormalisation

de l'industrie du tabac

Dire la vérité sur le rôle de
l'industrie du tabac dans
l'épidémie de tabagisme



Les déplorables comportements qui justifient le besoin de dénormaliser l'industrie du tabac

G. Robert Blakey, un professeur de droit à la Notre Dame Law School de l'Indiana et un ancien procureur fédéral, est l'auteur du *Racketeer Influenced and Corrupt Organizations Act* (RICO) aux États-Unis. Cette loi a été adoptée pour que l'on puisse plus facilement traîner en justice les personnes liées au crime organisé. Le professeur Blakey a comparé la structure de l'industrie du tabac à la Mafia et a recommandé le recours aux poursuites criminelles contre les compagnies de tabac et leurs dirigeants. Il a également rédigé la poursuite civile que le gouvernement canadien a déposée dans l'état de New York en vertu de la loi RICO contre une douzaine de compagnies de tabac. Voici un extrait de la transcription de l'émission télévisée *Frontline*. L'animateur commence ainsi :

« Mais la Mafia, c'est du trafic, de la prostitution, des meurtres... Ceci [le tabac] est une industrie légitime. »

Le professeur Robert Blakey (avec l'aide de tableaux et de diagrammes) :

« En fait, ce n'est pas une industrie légitime. Voici les grandes lignes de la loi sur le crime organisé. Vous devez premièrement avoir une corporation au sommet. La deuxième chose dont vous avez besoin, c'est une entreprise. Et ce que vous avez vu par le passé, c'est comment le crime organisé est structuré. Voici comment est organisée l'industrie du tabac. Qu'est-ce qu'on y retrouve? Un modèle d'activité lié au racket. Permettez-moi de vous montrer ce modèle. Voici le plan de fraude de l'industrie, et voici la loi. Une personne, une entreprise et un modèle d'activité lié au racket.

Et voici la vente délibérée d'un produit défectueux qui entraîne à la fois la dépendance et la mort. Voici l'absence de mise en marché d'un produit plus sécuritaire. Prises dans leur ensemble, les étapes de

cette liste correspondent chacune à un arbre de la forêt qui démontre que ce produit n'est plus légitime et mis en marché de façon légitime. Il est illégitime et illégitimement mis en marché. Et en particulier, il vise les enfants, même si la vente de cigarettes aux enfants est illégale dans cinquante états.

Ce n'est pas un produit légal quand on le vend aux enfants. À toute fin pratique, c'est la même chose qu'avec la cocaïne ou l'héroïne. C'est une industrie de la drogue, pas une industrie du tabac. La loi RICO a été créée pour s'attaquer à l'industrie de la drogue [illégitime]. Et c'est exactement ce qu'elle fait dans ce cas-ci. Mais la drogue en question n'est pas l'héroïne ou la cocaïne, c'est la nicotine.

La forme empruntée [par l'industrie] n'est pas entièrement illicite. C'est une façade d'industrie légitime, derrière laquelle on vend en fait de la drogue à nos enfants. Et la beauté de son succès, c'est que l'industrie nous a convaincus qu'elle est demeurée légitime, comme elle l'était avant 1953. À partir de 1953, elle s'est transformée d'une façon qui correspond à une entreprise de crime organisé, ayant comme but de frauder, de rendre nos enfants dépendants et de les tuer en vendant un produit illégalement. »

Est-ce aussi le cas des compagnies de tabac canadiennes ?

La citation suivante nous vient de l'avocat canadien Eric LeGresley, un expert dans la récupération des documents de l'industrie du tabac. Il a travaillé comme avocat pour la Tobacco Free Initiative de l'Organisation mondiale de la santé et, lorsqu'il a affirmé ce qui suit, il était consultant pour la Clinique Mayo et la London School of Hygiene and Tropical Medicine.

« Mes recherches sur l'industrie canadienne du tabac, et plus précisément sur les documents de l'industrie du tabac, ont révélé des parallèles saisissants entre le comportement des compagnies aux États-Unis et leurs filiales ou corporations-sœurs au Canada. Les documents de l'industrie révèlent que les compagnies de tabac des deux côtés de la frontière procédaient à des fraudes commerciales identiques et recouraient aux mêmes mises en marché malhonnêtes et agressives, tout en niant les risques. Les dirigeants de ces compagnies allaient jusqu'à assister aux mêmes réunions. »

La dénormalisation de l'industrie du tabac

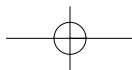
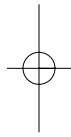
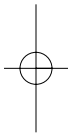
Dire la vérité sur le rôle de
l'industrie du tabac dans
l'épidémie de tabagisme

Garfield Mahood
Directeur
Association pour les droits des non-fumeurs

Traduction de Charles Montpetit

L'ASSOCIATION POUR LES DROITS DES NON-FUMEURS

En 2000, l'Association pour les droits des non-fumeurs a remporté le prix international Luther L. Terry. Le jury a décrit l'ADNF comme un « organisme exceptionnel » dans le domaine du contrôle du tabac à travers le monde. Le prix fut décerné lors de la 11^e Conférence mondiale sur le tabac OU la santé à Chicago.



I Dire la vérité sur l'origine industrielle de l'épidémie de tabagisme

Le message de l'industrie est clair : il est inutile de s'inquiéter parce que la vingtaine de maladies mortelles qui constituent l'épidémie de tabagisme sont dues à une industrie « légale » et normale, qui vend un produit « légal » et normal. Ceci rend les choses acceptables, affirment les fabricants de tabac. Inutile de traiter l'industrie du tabac différemment des autres entreprises, nous dit-on.

Vraiment ? Selon Santé Canada, les produits de l'industrie du tabac tueront trois millions des Canadiens présentement en vie. Trois millions ! Ceci représente indéniablement une « crise pour la santé publique »*. Les produits de l'industrie du tabac tueront à long terme un consommateur sur deux. Il s'agit d'un taux de mortalité de 50 pour cent ! D'autres drogues seraient retirées du marché si elles engendraient ne serait-ce qu'une petite fraction du risque de mortalité qu'entraîne le tabagisme : plus de 47 000 décès annuels, et ça augmente toujours !

Contrairement aux épidémies qui font les manchettes de nos jours – comme le SIDA, le SRAS et la grippe – celle-ci nous est offerte par une industrie. Mais pas n'importe quelle industrie, nous sermonne-t-on. Une industrie « légale » qui vend un produit normal et « légal ». Une industrie « légale » qui fait ce que font toutes les industries normales et « légales », c'est-à-dire ce que la loi permet. Pas ce qui est éthique ou moral, mais ce que la loi laisse les fabricants commettre depuis des années, sans jeter les dirigeants en prison.

Mais voyons cela de plus près. Quand l'industrie du tabac dit qu'elle n'a rien fait de plus que les industries légales et normales, on peut se demander si le reste du monde des affaires va laisser ces prédateurs recourir impunément à des sous-entendus aussi diffamatoires à l'égard des entreprises légitimes. Comment l'industrie du tabac arrive-t-elle à s'afficher comme un « monsieur tout-le-monde qui fait des affaires au même titre que les autres » sans que les entrepreneurs décents et honnêtes protestent avec énergie contre son comportement malfaisant ?

* En 1998, un comité de 26 experts mandatés par 130 associations professionnelles et organismes de santé a diffusé un avertissement énergique à l'attention du gouvernement fédéral. Cet avertissement affirmait entre autres que « Quels que soient les normes et critères utilisés, le tabagisme au Canada représente une crise pour la santé publique. » (Campagne nationale « Le Tabac OU les Jeunes », 1998)

Les énormes mensonges d'une grosse industrie

Après tout, nous avons ici une industrie qui a menti quant aux risques causés par ses produits, menti quant à la dépendance qu'ils suscitent, menti quant à la manipulation du taux de nicotine, et menti quant à ses tactiques de mise en marché auprès des enfants*. Pour compléter le tableau, n'oublions pas non plus ses mensonges quant aux risques découlant de la fumée de tabac dans l'environnement. Depuis que l'industrie internationale du tabac a accru ses campagnes trompeuses dans les années 50, ses produits ont causé plus d'un million de décès au Canada. Toute industrie « légale » qui vend un produit normal et « légal » se comporte-t-elle de la même façon ?

Des indications démontrent que l'industrie canadienne a aussi menti quant à l'orchestration de la contrebande de tabac. En effet, plusieurs compagnies et leurs dirigeants font présentement face à des accusations criminelles liées au marché noir, de même qu'à une plainte civile du procureur général pour avoir voulu frauder le gouvernement fédéral de 1,5 milliards de dollars en taxes sur le tabac. Voici ce que le procureur général affirme dans le cadre de la poursuite contre les fabricants de plusieurs marques canadiennes et leurs compagnies affiliées (rappelons que les accusations criminelles et la plainte civile n'ont pas encore été prouvées devant les tribunaux) :

« Les accusés sont des hors-la-loi. Ils ont délibérément et impunément conspiré pour enfreindre la loi canadienne et ils ont agi illégalement pour faire des gains illicites. Les actions du Groupe [de fabricants] lui ont rapporté des profits faramineux. Ils ont conspiré pour cacher leur conduite. Ils ont cherché à miner la politique gouvernementale visant à enrayer l'expansion du tabagisme, qu'ils savaient

* Phil Hiltz, qui fut le spécialiste des politiques de santé au *New York Times* et qui est l'auteur de *Smokescreen: The Truth Behind the Tobacco Industry Cover-up*, affirme : « ...pour ce qui est des enfants, une épaisse liasse de documents nous donne des renseignements concrets sur le travail que l'industrie fait directement avec les enfants, et sur ce qui en ressort. L'information la plus complète nous vient des compagnies canadiennes apparentées aux géants Reynolds, Philip Morris et Brown & Williamson... Ici, aucun doute n'est possible : il ne s'agit pas seulement de dire que les enfants vont un jour commencer à fumer et que les compagnies leur fourniront la matière première par inadvertance... Dans les centaines de pages qui portent sur la publicité des compagnies [canadiennes] Imperial et RJR-Macdonald, le ciblage n'a pas été camouflé. Les enfants sont spécifiquement visés, plus que tout autre groupe. » (Traduction libre)

dommageable, entre autres pour la jeunesse canadienne. Leurs efforts ont porté fruit et ont privé le Canada de plus d'un milliard de dollars en taxes et en frais de douane.»

Extrait de la conclusion de la déclaration du procureur général dans la poursuite relative à la fraude liée à la contrebande, déposée contre 13 compagnies de tabac en août 2003

En mettant en pratique leurs minutieuses stratégies de désinformation, les fabricants de tabac ont engendré une épidémie. Comment cela s'est-il produit? On pourrait croire que le gouvernement se poserait la question, comme il l'a fait avec raison dans le cadre des enquêtes publiques sur l'eau et le sang contaminés. Des commissions royales se sont penchées sur l'industrie de l'acier, l'industrie de la navigation et l'industrie de la pomme de terre. Mais, inexplicablement, aucune enquête publique n'a encore examiné l'industrie la plus sauvage de l'histoire des affaires ou de la santé publique au Canada. Pourquoi ?

L'absence de mise en valeur

Pourquoi l'industrie du tabac a-t-elle échappé à tout examen sérieux ? Parce que l'épidémie de tabagisme et les problèmes de santé publique qui s'y rattachent n'ont pas été suffisamment mis en valeur. Dans le présent contexte, le terme « mise en valeur » fait référence à la combinaison d'ingrédients, aux références à l'actualité et à l'urgence qui auraient été nécessaires pour porter et maintenir la question du tabac en première position de l'ordre du jour de nos politiciens.

Une faible mise en valeur explique aussi pourquoi, au fil des années, les menaces de perte d'emplois dans l'industrie du tabac, de fermeture d'usines de cigarettes et de pressions de la part des cultivateurs de tabac ont la plupart du temps eu préséance sur le besoin de prendre d'énergiques mesures de santé publique liées au tabac. De telles réformes ont été évacuées même s'il a amplement été démontré que la chute de la demande en cigarettes crée des gains substantiels en emplois dans les autres secteurs de l'économie.

Les tactiques d'intimidation de l'industrie ont beau avoir perdu en efficacité ces derniers temps, la question du contrôle du tabac est toujours faiblement mise en valeur. Et malheureusement, les intervenants en santé publique n'atteindront pas certains de leurs plus importants objectifs tant que l'épidémie de tabagisme n'aura pas été mieux mise en valeur.

II La dénormalisation de l'industrie du tabac : dénoncer les agissements de l'industrie pour accroître le soutien aux réformes nécessaires en santé publique

Les produits du tabac sont apparus sur le marché à une époque où les risques liés à leur usage étaient inconnus. Quand on les a enfin compris, il était trop tard : une bonne partie de la population était devenue dépendante. C'est cette dépendance qui rend maintenant extrêmement difficile pour les gouvernements de retirer les produits du marché.

Pendant que des populations entières se faisaient prendre au piège, les fabricants de cigarettes ont fait campagne pour convaincre les législateurs et le public que leur statut d'entreprises légales mettant en marché un produit normal et légal leur donnait le droit d'être traitées de la même façon que toute autre compagnie. Cette stratégie de normalisation fut implantée par le biais de presque toutes leurs activités, qu'il s'agisse du financement des partis politiques, de la commandite d'événements artistiques et sportifs respectés, du placement de leurs dirigeants au sein des conseils administratifs de divers hôpitaux et – le croiriez-vous ? – de subventions accordées à des cours universitaires sur le comportement éthique et la responsabilité sociale des corporations. Ils ont même offert un soutien monétaire éhonté à des unités de soins intensifs où la moitié des lits étaient occupés par les victimes des produits de leur industrie.

En un mot comme en cent, l'industrie a camouflé ses tactiques agressives sous le voile de la normalité et justifié son épidémie au moyen de fraudes et d'arguments sur le libre choix.

La santé publique dispose d'une stratégie qui aiderait à renverser ce processus de normalisation. Il s'agit de la dénormalisation de l'industrie du tabac, ou DIT. Cette approche s'attaque durement aux gens qui menacent nos enfants. Les fabricants de tabac la détestent car elle s'en prend au cœur même de leur entreprise – une normalité malhonnêtement obtenue.

La DIT est une stratégie de santé publique qui attribue la responsabilité de l'épidémie de tabagisme au bon endroit, c'est-à-dire à l'inconduite de l'industrie plutôt qu'aux erreurs de jugement des individus. La DIT braque les projecteurs sur les fraudes, la négligence et l'omission d'avertissements adéquats par les corporations et non sur le piètre calcul de risque que les adolescents font face à la dépendance ou sur leur incapacité à se rendre compte que des adultes les manipulent par le biais de mises en marché agressives.

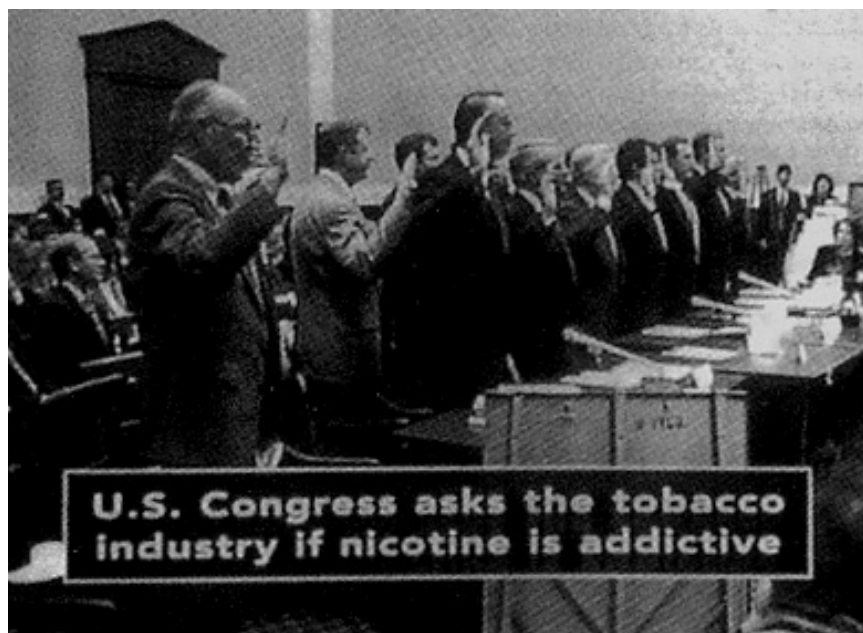
La stratégie DIT montre au public que l'industrie et ses produits ne sont ni légitimes ni normaux et qu'ils méritent d'être marginalisés. La justification de cette stratégie est confirmée par des millions de pages de documents internes de l'industrie obtenus lors de procès ou par le biais de fuites. Ces documents prouvent que les fabricants de tabac ont agi sans égard au comportement civilisé d'une corporation depuis plus d'un demi-siècle.

Comment définir la dénormalisation de l'industrie du tabac ?

La dénormalisation de l'industrie du tabac, ou DIT, est une stratégie de contrôle du tabac. La DIT dit la vérité au public sur le rôle de l'industrie du tabac en tant que source des maladies dans le développement et la perpétuation de l'épidémie de tabagisme. La dénormalisation de l'industrie du tabac est l'inverse du processus de normalisation de l'industrie promu par les fabricants de cigarettes depuis des décennies. La DIT montre au public pourquoi l'industrie du tabac n'est ni normale ni légitime, et pourquoi elle ne respecte pas les normes régissant le comportement des entreprises légitimes.

Bref, la DIT est une stratégie de prévention des maladies qui élimine la normalité que l'industrie a illégitimement acquise et qui empêche souvent le gouvernement d'implanter des mesures efficaces de contrôle du tabac. La DIT est une stratégie qui devrait être incorporée à bien des aspects du contrôle du tabac, en particulier aux campagnes médiatiques grand public.

Les compagnies de tabac craignent la DIT. Elle se rendent compte que la DIT tend à inverser les diverses stratégies de l'industrie qui ont entraîné la dépendance de millions de personnes. Les fabricants savent que si les législateurs et le public commencent à saisir l'ampleur des agressions perpétrées par l'industrie, les « revendeurs de drogue » se distingueront des gens d'affaires légitimes et attireront plus d'attention en termes législatifs.



Dans un des cas de cécité volontaire les plus flagrants de l'histoire du commerce, sept dirigeants de l'industrie du tabac jurent devant un comité du Congrès des États-Unis qu'ils ne croient pas que la nicotine crée une dépendance.

Quand elle était directrice générale de l'Organisation mondiale de la santé, la Dre Gro Harlem Brundtland ne craignait pas de cerner les causes de l'épidémie de tabagisme :

«La Dre Brundtland compare le rôle de l'industrie du tabac dans la création de problèmes de santé à celui du moustique qui cause la malaria. Tous deux sont des parasites suceurs de sang qui propagent des maladies.»

The Economist, 2 octobre 2000

Le Dr Rob Cushman, médecin hygiéniste en chef à Ottawa, est tout aussi direct :

«Négliger le rôle de l'industrie en tant que source des maladies dans l'épidémie de tabagisme, c'est comme refuser de discuter du rôle des moustiques dans une épidémie de malaria, ou du rôle des rats dans un accès de peste bubonique. Du point de vue de la santé publique, il faut absolument remonter à la source du problème.»

Éviter de trivialisier la DIT : ce que la dénormalisation de l'industrie n'est pas

Contrairement au gouvernement de certains états américains où la DIT fut la pierre angulaire de campagnes de contrôle du tabac couronnées de prix, des gouvernements canadiens ont hésité à implanter une stratégie DIT. Ayant eux-mêmes accepté l'excuse « produit légal / industrie légale », ces gouvernements sont peu portés à appuyer une stratégie qui marginalise une industrie, quels que soient les bénéfices ou la logique de cette stratégie de santé publique. Peu importe le nombre de décès évitables que cela pourrait prévenir.

Pour contrer les pressions des intervenants en santé qui appuient la DIT, certaines personnes au sein de ces gouvernements ont voulu redéfinir la stratégie en termes de « dénormalisation du tabagisme ». Mais la DIT ne cherche pas à faire la morale aux individus pour les amener à modifier leur comportement. Elle les rend plutôt conscients des décisions des gens d'affaires derrière l'épidémie de tabagisme. Les enfants ne créent ni les épidémies ni les milieux où les épidémies se propagent. Les campagnes DIT doivent entre autres se concentrer, non pas sur les jeunes vulnérables ou les adultes dépendants, mais sur la source des maladies – l'industrie elle-même.

La « dénormalisation du tabagisme », elle, n'apporte rien de neuf. C'est toujours la vieille approche qui se concentre depuis des décennies sur les comportements individuels pour « changer l'acceptabilité sociale du tabagisme ».

Une autre tactique qui permet de détourner l'attention du comportement de l'industrie consiste à remplacer le mot « dénormalisation » par « indésirabilité » (*deglamourization*). L'indésirabilité n'est pas une stratégie DIT et ce changement de vocabulaire ne tient pas la route pour trois raisons.

En premier lieu, la DIT fait maintenant partie intégrante du langage des intervenants en contrôle du tabac et le monde de la santé commence à comprendre le concept. Ce n'est donc pas maintenant qu'il faut changer les termes.

En deuxième lieu, le mot « dénormalisation » est en soi utile pour expliquer la stratégie de santé publique. Quand on parle aux journalistes et aux législateurs du besoin de renverser le processus de normalisation promu par

une industrie aberrante, tout le monde saisit rapidement ce qu'on veut dire. Le mot même permet de déduire la signification de la DIT et facilite la compréhension.

Enfin, une modification du vocabulaire n'accomplit rien quand les obstacles à la stratégie de dénormalisation demeurent en place au sein des gouvernements. En bout de ligne, ce n'est pas le vocabulaire qui bloque la DIT; ce sont les gouvernements canadiens qui croient à la légitimité de l'industrie du tabac. Même si on change le vocabulaire, le blocage est toujours là.

L'industrie du tabac brouille les cartes

Alors que les intervenants en santé s'intéressaient de plus en plus à la DIT, les fabricants de tabac ont voulu brouiller les cartes et détourner l'attention accordée à l'inconduite de leurs entreprises. Pas surprenant que l'industrie et les opposants gouvernementaux aient défini la stratégie de dénormalisation en termes de « dénormalisation du tabagisme », c'est-à-dire en fonction du comportement des fumeurs. Ceci permet aux compagnies de pousser les hauts cris en affirmant que toute campagne qui se targue de dénormaliser « l'usage du tabac ou le tabagisme » fait preuve d'extrémisme en attaquant les clients de l'industrie du tabac.

De fait, l'industrie est prête à tirer partie de toute faiblesse dans la définition de la DIT par les intervenants en santé. Pour éviter la confusion entre la DIT et la dénormalisation du tabagisme, nous recommandons :

- (1) que le terme « dénormalisation » s'applique essentiellement aux agissements et aux produits de l'industrie du tabac;
- (2) que les termes déjà en place, comme « modifier l'acceptabilité sociale du tabagisme », soient seulement utilisés pour les interventions en santé publique qui s'attaquent au comportement des fumeurs;
- (3) que les termes propres à la DIT ne soient pas banalisés, dilués ou confondus en mettant l'accent sur les comportements individuels. La DIT traite du comportement de l'industrie.

III À quel point la DIT est-elle importante ?

Nous savons maintenant en quoi consiste la DIT. Mais quelle est la valeur de cette stratégie ? Le public sait que le comportement des fabricants est détestable mais peu de gens se rendent compte de l'ampleur des ravages. Nombreux sont ceux qui croient que l'industrie du tabac se contente de faire ce que font les autres industries. En braquant les projecteurs sur les fabricants de cigarettes au moyen des stratégies DIT, on amène le public à mesurer le rôle de l'industrie dans l'épidémie de tabagisme et à comprendre pourquoi cette industrie est fort différente des autres. Ceci pave la route pour l'énergique réforme des lois et des règlements qui accompagnerait d'ordinaire les épidémies provenant d'autres sources.

Bruce Silverman a dirigé l'agence de publicité qui a fait de l'excellent travail dans le cadre de la campagne californienne au milieu des années 90 :

« Discréditer l'industrie est la base de la campagne. Toute autre information, qu'elle porte sur la fumée de tabac dans l'environnement, la dépendance, les conséquences pour la santé ou l'aide à la cessation, repose sur le béton, le granit, la pierre angulaire d'une stratégie anti-industrie. Sans cette solide base, votre campagne est vouée à l'échec. »

John Garcia, un expert canadien en programmes globaux de contrôle du tabac, atteint une conclusion similaire :

« La dénormalisation de l'industrie du tabac est au cœur des communications efficaces et incisives sur le contrôle du tabac. Si les gouvernements ne comprennent pas cet aspect, ils ne bâtiront pas des campagnes reconnues mondialement. »

Le Dr Dileep Bal, le fonctionnaire diplômé de Harvard qui a guidé la célèbre campagne californienne dès ses débuts, ajoute :

« Nous sommes en guerre. On ne peut gagner cette guerre sans s'attaquer de front à l'industrie. »

Le Dr Greg Connolly, un consultant pour l'Organisation mondiale de la santé qui a dirigé la campagne médiatique primée du Massachusetts, en fait sa principale recommandation :

« Recadrez le débat et concentrez-vous sur l'industrie. »

Il serait erroné de croire que tous les conseils en faveur de la dénormalisation de l'industrie du tabac proviennent d'experts aux États-Unis. En 1999, la DIT était l'un des quatre principaux objectifs identifiés par la *Stratégie nationale pour la réduction du tabagisme* au Canada à la suite d'une consultation à l'échelle du pays par Santé Canada, les gouvernements provinciaux et les intervenants en santé.

Grâce à la *Loi sur l'accès à l'information*, nous avons appris que deux consultantes du secteur privé engagées par Santé Canada ont aussi fortement recommandé la DIT. Susan King et Associés a décrit la « dé-normalisation » comme un important « catalyseur » dans toute campagne :

« Au sein de la communauté entière, l'intérêt réside dans une prise de conscience quant aux questions qui entourent l'industrie. Ceci engendre des appuis publics pour les interventions gouvernementales qui réduisent l'influence de l'industrie. »

Et à ce jour, la plus importante recherche sur la DIT a été réalisée par la professeure en études commerciales Anne Lavack, de l'Université de Saskatchewan, pour le département des communications de Santé Canada. Son analyse de 78 pages établit une distinction claire entre la dénormalisation de l'industrie et la dénormalisation du tabagisme. Ce rapport cite la campagne californienne comme « un modèle de campagne réussie sur [la dénormalisation de] l'industrie » et recommande que toute campagne canadienne concentre ses efforts sur les « mensonges de l'industrie du tabac », une stratégie de DIT évidente, de même que sur la fumée de tabac dans l'environnement.

Lavack a aussi étudié des sondages sur le sujet. En 1996, Environics a recommandé que les campagnes médiatiques grand public recourent à la DIT (en particulier les messages traitant de la stratégie de mise en marché des compagnies de tabac) et que les campagnes « envisagent de poser de dures questions quant à l'éthique de l'industrie du tabac ».

En 2002, la Coalition canadienne pour l'action sur le tabac (CCAT), qui regroupe des professions et des organismes de santé nationaux, a publié une lettre ouverte au ministre de la Santé afin de réitérer son appui pour la DIT. Cette lettre découlait d'une consultation nationale de Santé Canada qui recommandait fortement le recours à la stratégie DIT. Selon la CCAT :

« Puisque l'épidémie tue prématurément 45 000 Canadiens par année, tout délai dans l'implantation de mesures efficaces de contrôle du tabac coûtera littéralement des vies humaines. »

Les meilleures recommandations en faveur de la DIT proviennent entre autres de l'industrie canadienne du tabac elle-même. Dans les rapports annuels des compagnies, dans les allocutions en chambre de commerce et dans les documents soumis au gouvernement, la DIT suscite les hurlements de l'industrie :

« [Les] membres de l'industrie bénéficient du droit constitutionnel de ne pas être assujettis à des politiques ou à des tactiques de "dénormalisation"... »*

et

« une telle "dénormalisation" est l'antithèse de la liberté enchâssée dans la Charte et est tout à fait incompatible avec les libertés individuelles. »**

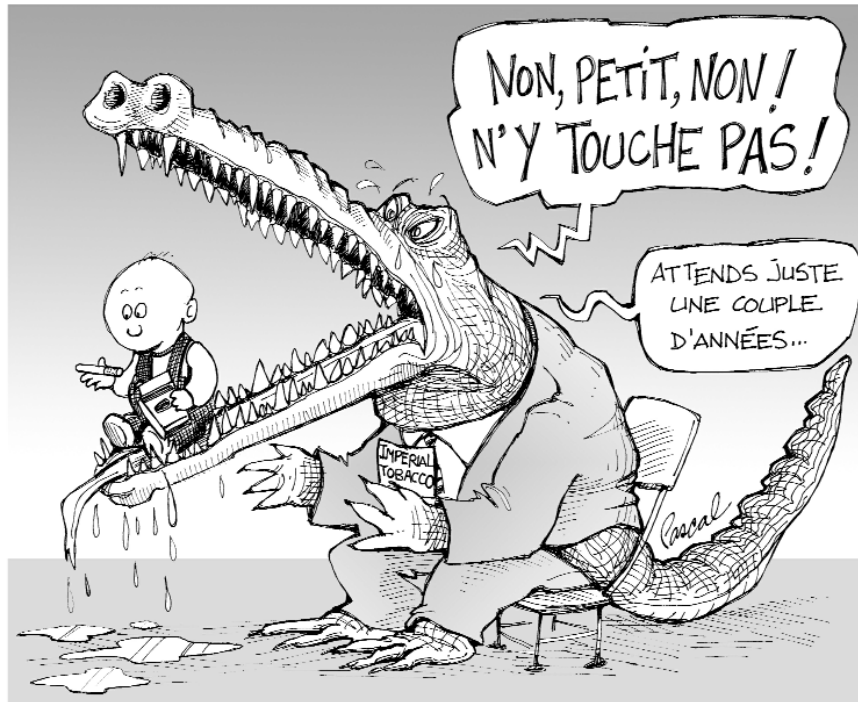
Il s'agit sans doute là de la liberté qu'ont les individus d'être trompés, rendus dépendants et tués.

IV Qu'est-ce qui justifie la marginalisation d'une industrie ?

Selon la professeure Lavack, la réponse est : les activités « manipulatrices, mensongères et amORAles » des entreprises. Comme nous l'avons déjà souligné, l'industrie a menti sur presque tous les aspects de son domaine

* Rothmans Inc., *Rapport annuel 2002*.

** Réponse d'Imperial Tobacco aux *Règlements sur l'information relative aux produits du tabac* qui traitaient des nouveaux avertissements canadiens sur les paquets de cigarettes.



La Presse, Montréal, 12 juin 2000. Tous droits réservés. Cette caricature est reproduite avec la permission de l'auteur.

d'affaires. Elle a affirmé que les risques n'étaient pas démontrés et que ses produits ne créaient pas de dépendance alors qu'elle savait qu'il en était autrement. Et pendant des années, les fabricants canadiens ont laissé leurs clients croire que les cigarettes «douces» et «légères» étaient meilleures pour la santé que les marques dites ordinaires. Compte tenu de ce que l'industrie savait, c'était là (et c'est toujours) une fraude commerciale.

Les fabricants ont également prétendu qu'ils ne s'intéressaient pas aux enfants. Mais nous l'avons vu plus tôt, Phil Hiltz, le journaliste du *New York Times* qui a publié le livre *Smokescreen: The Truth Behind the Tobacco Industry Cover-up*, articule son chapitre sur les enfants qui commencent à fumer autour des documents qui ont fait surface au cours de procès canadiens. Le livre démontre clairement que les fabricants canadiens ont les mains sales et qu'ils «ciblent spécifiquement les enfants, plus que tout autre groupe.»

Le comportement de l'industrie a mérité des poursuites massives à celle-ci. Aux États-Unis, le juge H. Lee Sarokin fut l'un des premiers à examiner les documents de l'industrie du tabac. Il y a vu :

« une conspiration à l'échelle de l'industrie entière pour implanter toutes [les façons de tromper le public] citées auparavant en ignorant la santé de ses clients d'une manière arrogante, gratuite, volontaire et sans retenue afin de maintenir ses ventes et ses profits... [une conspiration] d'une vaste portée, aux objectifs sournois et aux résultats dévastateurs. »

Les pratiques des compagnies de tabac canadiennes différaient-elles de celles de leurs maisons-mères et de leurs corporations-soeurs aux États-Unis et en Grande-Bretagne ? Pas du tout, affirment Hilts et bien d'autres experts. Des stratégies de désinformation identiques ont été planifiées et implantées au Canada, aux États-Unis et en Europe. Comme nous le mentionnions dans notre entrée en matière, Eric LeGresley, un ancien consultant pour l'Organisation mondiale de la santé et un expert dans la récupération des documents de l'industrie du tabac, affirme :

« [Il existe] des parallèles saisissants entre le comportement des compagnies aux États-Unis et leurs filiales ou corporations-sœurs au Canada. Les documents de l'industrie révèlent que les compagnies de tabac des deux côtés de la frontière procédaient à des fraudes commerciales identiques et recouraient aux mêmes mises en marché malhonnêtes et agressives, tout en niant les risques. Les dirigeants de ces compagnies allaient jusqu'à assister aux mêmes réunions. »

Soulignons-le : depuis qu'un lien a été démontré dans les années 50 entre les cigarettes et le cancer du poumon, les produits de l'industrie du tabac ont causé plus d'un million de décès au Canada. Dans les propres laboratoires de l'industrie, des chercheurs ont découvert une corrélation entre les cigarettes et les maladies bien avant que le public n'en sache un mot. Les fabricants ont caché ces informations aux législateurs et au public, ce qui a multiplié les maladies, les décès et les poursuites massives, des dizaines d'années plus tard. Aucune autre industrie n'a une feuille de route plus destructrice. La DIT pourrait freiner ce comportement répugnant. Les compagnies de tabac canadiennes méritent amplement d'être distinguées des entreprises légitimes, puis marginalisées et mises au ban.



De Facto
www.defacto.ca

AU CANADA PLUS DE 475 000 JEUNES DE 10 À 19 ANS SONT DÉPENDANTS DE LA CIGARETTE. L'INDUSTRIE DU TABAC CACHE LA VÉRITÉ DEPUIS TROP LONGTEMPS.

Les jeunes sont ciblés par la promotion et la mise en marché des cigarettes.

" Historiquement, les activités de marketing ont toujours visé les jeunes fumeurs et continuent encore à le faire. "

Source: 1995 Imperial Tobacco Limitée, fabricant des cigarettes de marque Player's et Du Maurier .

Projet financé par le gouvernement du Canada

De Facto
La vérité sans filtre.
The truth... unfiltered.

Voici un exemple de publicité qui dénormalise l'industrie du tabac. Cette annonce fut réalisée par l'Association régionale du sport étudiant de Québec et de Chaudière-Appalaches dans le cadre de sa campagne De Facto. Cette annonce est reproduite avec la permission de l'association.

Les avantages de la DIT

Plusieurs avantages pour la santé publique découleraient des programmes globaux de contrôle du tabac dotés d'une importante composante de DIT :

- (1) **L'avantage principal serait une plus grande mise en valeur des questions liées au tabac.** En eux-mêmes, les efforts visant à éduquer le public sont efficaces pour changer les attitudes mais moins efficaces pour ce qui est d'affecter le tabagisme. Par contre, les mesures publiques qui touchent une population importante, comme les taxes sur le tabac et les interdictions de fumer au travail, sont très efficaces pour modifier les comportements. Une meilleure mise en valeur de la question peut changer les attitudes sociales et augmenter l'appui du public pour les réformes législatives liées au tabac. Ce sont de telles réformes des lois et des règlements qui entraînent d'importants changements de comportement, entre autres en matière de tabagisme chez les jeunes.
- (2) **La désinformation provenant des groupes de façade, des agents et des pseudo-chercheurs de l'industrie pourrait être contrée.** Cette désinformation est propre à l'industrie du tabac à l'échelle internationale. Les initiatives de DIT, dont la DIT dans les campagnes médiatiques grand public, aideront grandement à contrer les doutes, la confusion et les mensonges disséminés par l'industrie.
- (3) **La rébellion naturelle des adolescents à l'égard de leurs parents et de leurs professeurs pourrait être redirigée vers la source industrielle des maladies liées au tabac.** Les jeunes n'aiment pas qu'on les trompe et la DIT pourrait mettre leur rébellion à profit. Il se peut que la stratégie de DIT n'arrive pas à « inoculer » plusieurs jeunes, mais même chez les groupes d'adolescents les plus vulnérables, il restera possible de faire passer la perception culturelle du tabagisme de « dangereux mais excitant et adulte » à « vraiment stupide ».
- (4) **Le désir d'arrêter augmenterait chez les adultes** puisque leur sentiment de culpabilité serait allégé (« l'industrie a abusé de moi quand j'étais jeune; ce n'est pas ma faute; ils ont cherché à me rendre dépendant ») et leur colère, accrue (« ils ne me prendront plus au piège »). Tout type de couverture médiatique

traitant de la DIT encouragerait probablement la cessation. De plus, les adultes détestent qu'on les ait exploités. Il est logique que leur colère à l'égard de l'industrie contribue fortement à la motivation des fumeurs qui désirent arrêter.

V Occasions d'appliquer une stratégie de DIT

La stratégie de DIT peut se greffer à presque toutes les initiatives de contrôle du tabac, qu'elles soient l'œuvre d'une unité de santé publique, d'un gouvernement municipal, provincial, territorial ou fédéral, ou d'un organisme de santé à but non lucratif.

Pour commencer, la DIT peut être introduite dans le vocabulaire propre au contrôle du tabac, puis incorporée dans le matériel imprimé. On peut en faire un thème majeur d'une campagne médiatique grand public ou un élément d'une annonce traitant d'autres thèmes comme la fumée de tabac dans l'environnement ou les risques liés au tabac. La stratégie de DIT suscitera souvent des réactions de la part du public et même une couverture médiatique sans frais. Voici quelques exemples :

- Dans toute déclaration, au lieu d'affirmer que « le tabagisme tue 47 000 Canadiens chaque année », recadrez le message de façon à dire « les produits de l'industrie du tabac tuent 47 000... » Le changement de ton est dramatique.
- Dans l'annonce télévisée à succès de Santé Canada avec Heather Crowe, qui traite de la fumée de tabac secondaire (FTS) au travail, le message prend fin avec le texte suivant : « Certaines compagnies de tabac affirment que la fumée de tabac secondaire irrite les gens; Santé Canada affirme plutôt qu'elle est mortelle. » Bien que ce message traite de la FTS, une dose notable de DIT y a été ajoutée.
- L'Association pour les droits des non-fumeurs (ADNF) s'est jointe à d'autres intervenants en santé pour protester contre le financement par Imperial Tobacco d'un cours sur la responsabilité sociale des entreprises au collège St. Michael's de l'Université de Toronto.

- La Société canadienne du cancer s'est jointe à l'ADNF pour protester contre l'inclusion d'un important lobbyiste de l'industrie dans le conseil d'administration du Women's College Hospital qui se spécialise en soins pour femmes à Toronto.
- Des intervenants en santé ont protesté contre la remise du prix «Executive of the Year» de la Ivey School of Business à Purdy Crawford, à l'époque le plus important dirigeant de l'industrie du tabac au Canada.
- L'association étudiante de l'Université de Saskatchewan a rejeté une subvention de 250 000 \$ offerte par Imperial Tobacco pour financer des concerts. Un porte-parole de l'association a déclaré que « nous ne travaillons pas dans le but de tuer des gens ».

Bien sûr, on peut recourir à toutes les formes traditionnelles d'activisme pour créer des interventions de DIT, que ce soient les lettres ouvertes aux journaux, les manifestations lors de la remise d'un prix ou les protestations auprès d'un conseil scolaire, du comité administratif d'un hôpital ou des dirigeants d'une université. Toute ces initiatives rendent les intrusions de l'industrie dans ces institutions encore plus inconvenantes aux yeux du public.

La stratégie de la DIT peut servir presque chaque fois que l'industrie interagit avec la communauté. Les principes de la DIT peuvent être appliqués quand les dirigeants de l'industrie se joignent aux administrateurs d'un hôpital (l'industrie y remplit les lits) ou d'une université (l'industrie s'oppose à la vérité et à la science). Par exemple, tout organisme sans but lucratif qui se soucie du bien-être des femmes, des enfants ou des pauvres devrait refuser les dons ou l'appui bénévole des dirigeants de l'industrie pour des raisons d'éthique bien compréhensibles.

Un chercheur respecté a même recommandé au ministre fédéral de la Santé de revoir toutes les initiatives de contrôle du tabac avant leur implantation, pour vérifier si on pouvait y ajouter des notions de DIT.

VI Les meilleures pratiques

En résumé, il a été amplement démontré à ce jour que la dénormalisation de l'industrie du tabac constitue une des meilleures pratiques dont nous disposons pour contrôler le tabac. La DIT est une stratégie recommandée par les associations professionnelles et organismes de santé nationaux, par le Conseil consultatif ministériel sur la lutte contre le tabagisme, par des consultants indépendants et par des sondages. Des études scientifiques soulignent son efficacité. Qui plus est, l'industrie déteste la DIT, ce qui ne fait que confirmer la recommandation.

Ne pas recourir à un outil de santé publique comme la DIT entraînera plus de décès reliés au tabac qu'il ne devrait en survenir. Dans de telles circonstances, les gouvernements et les organismes de santé feraient preuve d'une grossière négligence en ne se servant pas de cette stratégie.

Une stratégie extrêmement efficace contre le tabac

En 1999, un communiqué de Santé Canada sur la dénormalisation de l'industrie du tabac a confirmé la valeur de la DIT à titre de stratégie extrêmement efficace contre le tabac :

« Les activités de marketing social anti-tabac ont traditionnellement été axées sur l'information des Canadiens par rapport aux effets du tabac sur la santé et sur la représentation de l'usage du tabac comme un comportement socialement moins acceptable. Cependant, il existe de fortes indications aux États-Unis que les campagnes de « dénormalisation de l'industrie », qui ont attiré l'attention sur les stratégies et les tactiques de marketing de l'industrie du tabac, sont également *des outils de lutte extrêmement efficaces contre le tabac.* » [C'est nous qui soulignons.]

Appui du ministre de la Santé
Allan Rock pour la DIT, juin 1999

« Si l'on en savait plus sur le rôle destructeur que l'industrie de la cigarette a joué pour rendre nos enfants dépendants et convaincre les adultes de continuer à fumer, il serait plus facile d'obtenir des appuis pour la réforme des lois liées au tabac. Pour cette raison, la dénormalisation de l'industrie du tabac devrait être un élément-clé de tout plan exhaustif pour contrôler le tabac. »

Le sénateur Colin Kenny,
responsable des projets de loi S-13, S-15 et S-20
qui ont lancé un débat national sur les appuis
fédéraux accordés au contrôle du tabac

« Le comportement répréhensible des fabricants de tabac a causé un nombre de décès ravageur. L'industrie devrait en être tenue responsable. En matière de santé, je crois que la stratégie de dénormalisation de l'industrie du tabac va accélérer ce processus. Si cette stratégie avait été mise de l'avant et adéquatement comprise lorsque j'étais ministre de la Santé, il m'aurait été plus facile de faire adopter des lois au Parlement. »

Jake Epp
Ministre de la Santé responsable de l'adoption de l'historique
Loi réglementant les produits du tabac

Un juge tournerait le dos aux dirigeants de l'industrie du tabac

« M. Seaton, qui a été juge pour la Cour d'appel de la Colombie-Britannique pendant 18 ans, a déclaré hier en entrevue qu'il préférerait souper avec un homme reconnu coupable d'homicide plutôt qu'une personne qui vend des cigarettes aux enfants. La vente de cigarettes est "un mal incessant" alors que la plupart des gens qui se retrouvent en Cour ne sont pas si méchants, dit le juge. »

Le Globe and Mail, citant les remarques du juge Peter D. Seaton, président de la Commission royale de la Colombie-Britannique sur les soins de santé et les coûts de la santé [traduction libre]

Un point de vue différent

« [Les] membres de l'industrie bénéficient du droit constitutionnel de ne pas être assujettis à des politiques ou à des tactiques de "dénormalisation"... »

Rothmans Inc., *Rapport annuel 2002*

Un délai mortel

« Puisque l'épidémie tue prématurément 45 000 Canadiens par année, tout délai dans l'implantation de mesures efficaces de contrôle du tabac coûtera littéralement des vies humaines. »

Lettre ouverte de la Coalition canadienne pour
l'action sur le tabac* à la ministre de la
Santé Anne McLellan [traduction libre]*

* La Coalition regroupe la Société canadienne du cancer, le Conseil canadien pour le contrôle du tabac, l'Association pulmonaire canadienne, la Fondation des maladies du cœur du Canada, l'Association pour les droits des non-fumeurs et les Médecins pour un Canada sans fumée.

***Une stratégie de promotion de la santé qui s'attaque
aux techniques agressives que l'industrie du tabac
utilise dans le Tiers-Monde***

« La dénormalisation de l'industrie du tabac est une bouffée d'air frais qui disperse la fumée toxique de la propagande des fabricants. Dans les pays en voie de développement, où ils agissent à l'abri des regards, l'écran de fumée lié à la normalité de l'industrie du tabac est pire encore. Non seulement ils se prétendent légitimes, mais ils s'arrogent le statut de sauveteurs de l'économie, alors que leurs affirmations quant aux emplois et aux cigarettes de "qualité" sont de purs mensonges.

En fait, ils remplacent les emplois existants par des robots, mettent en marché des cigarettes qui s'attaquent encore plus profondément aux tissus pulmonaires vulnérables, et corrompent les démocraties en devenir. Ce qui constitue une bonne stratégie en faveur de la santé au Canada l'est aussi pour toutes les tentatives de contrôle du tabac qui émergent à travers le monde. Merci à vous, Canadiens !»

Michael Pertschuk
Ancien président
United States Federal Trade Commission

*Pour plus de renseignements sur la DIT, contactez notre
Association ou visitez le www.nsra-adnf.ca*

«Négliger le rôle de l'industrie en tant que source des maladies dans l'épidémie de tabagisme, c'est comme refuser de discuter du rôle des moustiques dans une épidémie de malaria, ou du rôle des rats dans un accès de peste bubonique. Du point de vue de la santé publique, il faut absolument remonter à la source du problème.»

Le Dr Rob Cushman
Médecin hygiéniste en chef, Ottawa

L'ASSOCIATION POUR LES DROITS DES NON-FUMEURS*
FONDATION POUR LA LUTTE CONTRE LE TABAC

833, rue Roy Est, Montréal (Québec) H2L 1E4
720 Spadina Avenue, Suite 221, Toronto, Ontario M5S 2T9 • 130 Albert Street, Suite 1903, Ottawa, Ontario K1P 5G4

www.nsra-adnf.ca

* Récipiendaire du prix international Luther L. Terry (2000)