



LES DONNÉS DE L'INDUSTRIE DU TABAC : **Comment accepter les dons de l'industrie du tabac** **aide à vendre plus de cigarettes et coûte plus de vies**

Les compagnies de tabac canadiennes ont mis sur pied de nombreux programmes de charité, versant ainsi des millions de dollars à des centaines d'organisations culturelles, communautaires, de la santé et de l'éducation..

Ils ne le savent peut-être pas, mais les organismes qui acceptent les dons de l'industrie du tabac profitent non seulement de la vente du tabac, mais aident également l'industrie à vendre plus de cigarettes – causant ainsi plus de maladies, de souffrance et de morts qui auraient pu être prévenues et évitées.

Les organisations devraient porter attention aux implications à plus grande échelle découlant de leur acceptation de cet argent, et considérer l'adoption d'une politique qui éviterait les contradictions entre leurs sources de financement et leur mission.

Nous vous proposons la résolution suivante :

CONSIDÉRANT QUE plus de personnes vivantes aujourd'hui mourront à cause du tabagisme plus que de toute autre cause – incluant le SIDA, l'alcool, les accidents de la route, le meurtre, le suicide, les drogues illicites et les incendies combinés ;

CONSIDÉRANT QUE, chaque année, 250 000 enfants et adolescents canadiens commencent à fumer, dont un grand nombre mourront du cancer du poumon ou d'une autre maladie causée par le tabac ;

CONSIDÉRANT QUE plus que 45 000 Canadiens meurent chaque année de maladies causées par le tabac, et des milliers d'autres doivent vivre avec les effets douloureux du cancer, de l'emphysème, et de maladies cardiovasculaires causés par le tabagisme ;

CONSIDÉRANT QUE la manipulation des cigarettes par l'industrie du tabac a fait que la dépendance à la nicotine est devenue une des plus puissantes dépendances physiologiques, similaire à la dépendance à la cocaïne et l'héroïne ;

CONSIDÉRANT QUE, pendant des décennies, l'industrie du tabac a menti aux gouvernements et au public à l'égard des dangers du tabac, de la dépendance qu'il occasionne ; et de son marketing agressif visant les jeunes ;

CONSIDÉRANT QUE les profits réalisés par les compagnies de tabac s'accumulent au détriment de vies humaines et de souffrances, et que les dons de l'industrie proviennent directement de ces profits ;

CONSIDÉRANT QUE les dons de l'industrie du tabac sont utilisés par l'industrie pour rehausser son image de manière à ce qu'elle puisse combattre plus efficacement les restrictions sur l'usage du tabac, les interdictions visant la publicité, les campagnes d'éducation publique et les autres mesures antitabac ;

CONSIDÉRANT QUE les organisations communautaires et de la santé ont la responsabilité morale de protéger leurs communautés :

IL EST RÉSOLU QUE cette organisation s'engage à
ni solliciter ni accepter de contributions financières, de parrainage ou de cadeaux
provenant des compagnies de tabac, de leurs dirigeants, ou de leurs groupes façade.

Voici 11 raisons pour lesquelles l'on ne devrait pas accepter les dons de l'industrie du tabac...

(31 mai 2003)

1) CE N'EST PAS ÉTHIQUE

■ **Il y a des limites** : Il est évident que la plupart des organisations sans but lucratif ont besoin d'argent. Cependant, des balises devraient guider les organisations dans l'acceptation de dons de la part de certaines sources de financement. Plusieurs organisations charitables et à but non lucratif se soumettent à des critères bien établis pour s'assurer que toute collaboration potentielle avec le secteur privé concorde avec leur mission globale et leurs objectifs.¹ Par exemple, les organisations de la paix n'acceptent pas de dons provenant des manufacturiers de mines antipersonnelles, et les groupes environnementaux n'acceptent pas de dons des grands pollueurs industriels impénitents. Et il n'y a aucun doute qu'une organisation légitime refuserait l'argent provenant des profits de gangs criminels ou de producteurs de pornographie enfantine.

■ **Le tabac cause des torts inégalés** : La cigarette a causé plus de décès que tout autre produit de consommation dans l'histoire du monde. L'Organisation mondiale de la Santé estime que 500 000 000 personnes vivantes aujourd'hui mourront à cause du tabac, incluant 4,2 millions cette année². Les produits de l'industrie du tabac tuent plus de 45 000 Canadiens chaque année – l'équivalent de 15 fois la catastrophe du World Trade Center. Les chiffres sont si astronomiques que leur portée est difficilement concevable. Le pire, c'est que les maladies, la souffrance et les décès reliés au tabac peuvent être évités.

■ **Une épidémie générée par l'industrie du tabac** : Si les compagnies de tabac canadiennes et les multinationales réussissent à vendre à l'échelle mondiale un produit qui sent mauvais, provoque (initialement) la nausée, crée une dépendance extrêmement forte, tue la moitié de ses consommateurs et qui est, tout compte fait, complètement inutile, c'est parce ces compagnies emploient les plus grands professionnels en publicité, lobbying, relations publiques et droit. Elles ont utilisé et continueront d'utiliser tous les moyens à leur disposition pour promouvoir le tabac et pour entraver l'adoption de mesures de réduction du tabagisme. Ces moyens sont, notamment :

- *40 ans (et sans signe de ralentissement) de mensonges, d'obscurantisme et de démentis systématiques au sujet de la santé, la dépendance et la fumée secondaire ;*
- *la manipulation de leurs produits afin d'en augmenter la dépendance ;*
- *le marketing agressif visant les enfants et les adolescents ;*
- *les relations publiques et contestations visant à saboter les politiques gouvernementales sur la santé ;*
- *l'organisation de groupes façades, le financement secret de recherches, et la corruption du discours scientifique ;*
- *la contrebande de cigarette, principalement pour faire baisser les taxes, mais aussi pour introduire des marques illégales sur le marché ;*



¹ Le National Center for Chronic Disease Prevention and Health Promotion, « Accepting Funds from the Tobacco Industry: Guidance For Collaboration with the Private Sector », site Web du CDC (26 mars 2001).

² Organisation mondiale de la Santé, *The Tobacco Atlas* (octobre 2002).

- *le marketing usant d'appellations trompeuses comme « légères » et « douces »;*
- *la promotion de programmes antitabac inefficaces, et l'opposition envers ceux qui sont efficaces.*

■ **Où tracer la limite ?** La préoccupation commune est de fixer les paramètres du don acceptable. Les dommages causés par le tabagisme nous obligent-ils également à refuser l'argent des compagnies d'alcool ? Des compagnies d'automobiles ? Des restos « junk food »? La vérité, c'est qu'il existe une énorme différence entre le tabac et les autres produits potentiellement dangereux : la ligne de l'acceptable se trace devant une industrie qui tue 45 000 Canadiens par an, qui recrute activement et rend dépendants les enfants et qui a un passé lourd de fraudes et de tromperies.³ Ces autres produits ne tuent pas les moitié de leurs usagers lorsqu'ils sont utilisés exactement selon l'intention du manufacturier.

2) LE PRIX DU SANG

« Une compagnie de tabac n'a qu'un seul but, comme toute autre compagnie publique, et celui-ci détermine toutes les actions de ses gestionnaires ; il est la base sur laquelle la haute direction est récompensée : générer autant de profits que possible pour les actionnaires. »⁴

■ **Les profits sont la seule raison d'être :** L'ultime but de l'industrie du tabac est de servir ses actionnaires. Tout ce que fait l'industrie sert à accroître ses profits – en d'autres mots, à vendre plus de cigarettes. En somme, ce qui est bon pour l'industrie du tabac est mauvais pour la santé publique, et vice versa. Il n'y a pas de terrain d'entente possible entre les deux.⁵

■ **Plus de profits égalent plus de morts :** Quand Imperial Tobacco, JTI Macdonald et Rothmans font de l'argent, des gens meurent, au nombre de 45 000 Canadiens par année. Et on parle de sommes colossales. L'industrie du tabac compte parmi les commerces les plus lucratifs du monde. Les trois plus grandes compagnies de tabac au Canada réalisent plus d'un milliard en profits par an. En 2002, Imperial Tobacco a réalisé 662 millions \$ de profits *nets*.⁶ L'argent qu'elle dispense si généreusement aux organisations a été acquis en fabriquant un produit mortel.

■ **Cela aurait pu être autrement :** Plutôt que de prévenir le public, cesser toute promotion et planifier le retrait graduel de ses produits – ce qu'aurait fait toute compagnie responsable lorsqu'elle eut découvert que ses produits causaient la mort de ses consommateurs -, l'industrie a choisi de favoriser les profits aux dépens des vies humaines, a menti au sujet des risques, tout en poursuivant son marketing agressif, la manipulation de ses produits, ses stratégies de désinformation et en maintenant son opposition face aux mesures de réduction du tabagisme.

■ **Les dons sont des profits de l'industrie :** Les dons de l'industrie du tabac proviennent directement des profits de l'industrie, qui *dépendent* du comportement amoral et mortel de l'entreprise. En acceptant les dons et subventions de l'industrie du tabac, les organisations tirent des bénéfices de la manipulation du public par l'industrie, et des jeunes en particulier.

« [Accepter les dons] rend complice du comportement immoral du donateur. »⁷

³ L'Association pour les droits des non-fumeurs, « Campaign to Take Big Tobacco Out of Universities », *The Varsity* (24 février 2003).

⁴ Kevin O'Connor, *The Monitor* (26 mai 2001).

⁵ Essential Action, « General Guidelines, Re: Staying Tobacco-Free » (2002).

⁶ Imperial Tobacco, « Management Discussion and Analysis: For the year ended December 31 2002 » (février 2003)

⁷ Projet *Smart Money*, « A Tool Kit for Corporate Donations » (avril 2000).

■ **Accepter les dons de l'industrie du tabac véhicule un message dangereux :** « Bien sûr, le tabac nuit à la santé, mais ne condamnons pas ceux qui le vendent et encouragent sa consommation. » C'est le message qui est véhiculé lorsque des organisations acceptent des dons provenant des profits de l'industrie du tabac. Cela implique que des décennies de tromperies, de marketing manipulateur, et de modifications mortelles aux produits sont pardonnées et oubliées grâce à quelques dons généreux et bien placés.

3) L'INDUSTRIE FAIT DES DONNS POUR PROTÉGER SES INTÉRÊTS

« Ils colportent une drogue mortelle qui crée une dépendance, et leur capacité à vendre leur produit dépend de leur capacité à dire qu'ils sont un membre légitime de... la société. »⁸

— Michael Pertschuck, ancien président de la *Federal Trade Commission*.

■ **Il n'a jamais été question de philanthropie :** Il y a beaucoup de compagnies qui participent à des efforts philanthropiques. Pourquoi, alors, différencier l'industrie du tabac? La raison est simple : les compagnies de tabac n'ont *jamais* été intéressées à améliorer le sort de la société. Leur philanthropie corporative n'est rien de plus qu'une stratégie pour les aider à poursuivre leur comportement non éthique qui vise à maximiser leurs profits.

■ **Les dons font partie d'une campagne mondiale de relations publiques :** La crédibilité de l'industrie du tabac et l'appui politique qu'on lui prêtait se sont sérieusement altéré depuis que des millions de documents, jadis secrets, ont été rendus publics lors des nombreux litiges aux États-Unis. Ces documents exposent le comportement amoral de l'industrie (marketing visant les jeunes, augmentation de la dépendance, dénégations des dangers prouvés pour la santé, etc.). L'industrie doit maintenant opérer dans un environnement plus hostile, ce qui signifie plus de restrictions et de contrôles gouvernementaux relativement à ses activités de mise en marché. L'industrie s'est rendu compte que, si elle veut éviter la mise en place de législations supplémentaires, elle doit combattre cette hostilité et rechercher la faveur du public. Donc, l'industrie du tabac au Canada et dans le monde entier s'est engagée dans une stratégie exhaustive pour remodeler son image. Les dons aux causes humanitaires font partie de cette stratégie.

LES DOCUMENTS DE L'INDUSTRIE EN TÉMOIGNENT :

« Un programme positif est requis comme contrepartie et pour contrebalancer nos efforts de lobbying défensifs... L'industrie du tabac entière est sujette à la publicité négative, à des législations défavorables et aux critiques du grand public. Afin de contrer cette image négative et démontrer que nous sommes une industrie responsable, capable de voir au-delà de nos propres intérêts, nous avons développé plusieurs programmes de services publics... Notre collaboration avec le secteur public vise les objectifs suivants : Une reconnaissance considérable pour notre implication sociale responsable. »

—L'Institut du tabac [l'organisme de lobbying et de relation publique des compagnies de tabac américaine jusqu'aux années 90s](source : RJ Reynolds), « The Development of Tobacco Industry Strategy », le 23 juin 1982.

LES DOCUMENTS DE L'INDUSTRIE EN TÉMOIGNENT :

« Il n'est pas exagéré d'affirmer que l'industrie du tabac est attaquée ... Il y a un flot constant de publicités antitabac dans les médias. Devant cette perspective quelque peu alarmante de l'avenir à moyen terme, Imperial Tobacco met sur pied un programme proactif ... [pour combattre les forces antitabac]. »

—La *Creative Research Group, Ltd.* « Project Viking Volume I: A Behavioural Model of Smoking », 3 octobre 1989. [une étude préparée pour Imperial Tobacco Ltd.]

⁸ Michael Pertschuck, ancien président de la *Federal Trade Commission* et Co-directeur du *Advocacy Institute* à Washington.

■ **Les dons sont considérés comme des « investissements »** : Les documents de l'industrie démontrent que les dons font partie d'une campagne de relations publiques servant à aider les compagnies de tabac à combattre les mesures efficaces de réduction du tabagisme, et ainsi maximiser ses profits. Les dons sont uniquement une question *d'affaires*, et comme la plupart des investissements en affaires, ils présupposent un « retour » sur cet investissement.

**LES DOCUMENTS DE L'INDUSTRIE
EN TÉMOIGNENT :**

« Un élément-clé de tout programme d'affaires publiques est le maintien d'une bonne réputation corporative. Sans cela, la communication sur les autres sujets serait affectée de manière défavorable. »

— British American Tobacco (maison-mère d'Imperial Tobacco), réunion « Smoking Issues », 1990.

**LES DOCUMENTS DE L'INDUSTRIE EN
TÉMOIGNENT :**

« Le besoin est là – et très urgent – car :

1. De multiples défis surgissent dans différentes catégories : santé, taxes, additifs, emballage, publicité, caractérisation de produit, stabilisation, et import-export ne sont que quelques exemples. (...)

4. Un programme positif est requis comme contrepartie et pour contrebalancer nos efforts de lobbying défensifs... Il n'est plus suffisant de simplement s'opposer à quelque chose. (...)

Les conséquences potentielles positives de l'adoption [par l'industrie du tabac] de programmes [démontrant une conscience sociale] sont :

- une amélioration en termes de bienveillance et de réputation à l'égard de l'industrie du tabac...

- prévenir ou retarder la réglementation supplémentaire visant l'industrie du tabac.

« Recevoir la reconnaissance du public comme industrie responsable pour notre implication sociale, c'est-à-dire faire contrepoids à la notion que nous plaçons les profits au-dessus du bien-être du public. »

« Comme pour tout investissement, il devrait y avoir un retour sur celui-ci... »

—L'Institut du tabac (source: RJ Reynolds), « The Development of Tobacco Industry Strategy », le 23 juin 1982 :

<http://tobaccodocuments.org/landman/178114.html>

■ **Ce ne sont que des apparences** : En effet, l'objet de cette campagne de relations publiques est de créer une *apparence* de réforme et de responsabilité. Ironiquement, cette « nouvelle apparence » est utilisée précisément pour cacher le fait que l'industrie continue ses pratiques commerciales non éthiques.⁹

« Parce que nous sommes une entreprise essentiellement centrée sur les gens, nous croyons qu'en participant à l'amélioration de la qualité de vie de nos concitoyens [...], nous contribuons de façon positive à notre pays et aux collectivités qui en sont sa force vive. Notre intention est de continuer à donner un coup de main aux causes dignes et aux individus dans le besoin, pour aider à promouvoir un meilleur futur pour tous. ».

— Robert Bexon, président et chef de la direction de Imperial Tobacco, « Contribution socio-économique : Rapport 2001 ».



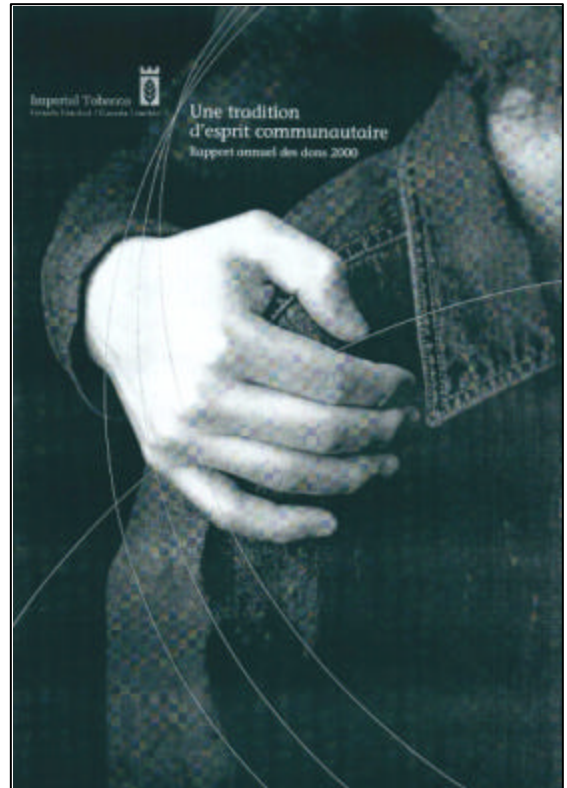
⁹ La Campaign for Tobacco-Free Kids, « Special Report: Behind the Smokescreen: Big Tobacco Not A Good Corporate Citizen » (7 juillet 1999).

4) ACCEPTER UN DON SUFFIT À AIDER L'INDUSTRIE

■ **C'est un appui passif, mais un appui néanmoins** : Les organisations n'ont rien besoin de *faire* pour aider l'industrie à améliorer son image. Tout simplement en *acceptant* l'argent de l'industrie du tabac, les organisations lui permettent de publiciser sa générosité, suggérant au public et aux politiciens qu'elle est un bon citoyen corporatif.

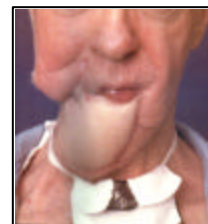
« Qu'il s'agisse d'aider les personnes âgées à trouver un peu de réconfort et d'optimisme dans leur âge d'or, d'appuyer des étudiants afin qu'ils réalisent leur plein potentiel ou de contribuer à la qualité des activités culturelles pour des auditoires partout au Canada, Imperial Tobacco s'est engagée à faire la différence. »

— Robert Bexon, Président, Imperial Tobacco,
Corporate Donations 2000



5) L'ARGENT N'EST PAS LA CONTRIBUTION PRINCIPALE DE L'INDUSTRIE À LA SOCIÉTÉ

Il est vrai qu'Imperial Tobacco et les autres compagnies de tabac font une différence. Il suffit d'aller visiter l'hôpital ou le cimetière pour la constater. Leurs produits causent des maladies et des troubles tels les accidents vasculaires cérébraux, l'emphysème, les cardiopathies, les affections gingivales, les cataractes, les ulcères, les cancers du poumon, de la bouche, du foie, de la vessie, de l'œsophage, de l'estomac, du pancréas, du côlon et de l'utérus, la gangrène, l'infertilité, le syndrome de la mort subite du nourrisson, les fausses couches, les anomalies congénitales, et autres maladies et conditions chroniques.



Heather Crowe, victime
de la fumée secondaire

6) LES DONN ACHÈTENT « L'INNOCENCE PAR ASSOCIATION »

■ Les dons aident l'industrie à se forger une image « innocente » par association d'idées :

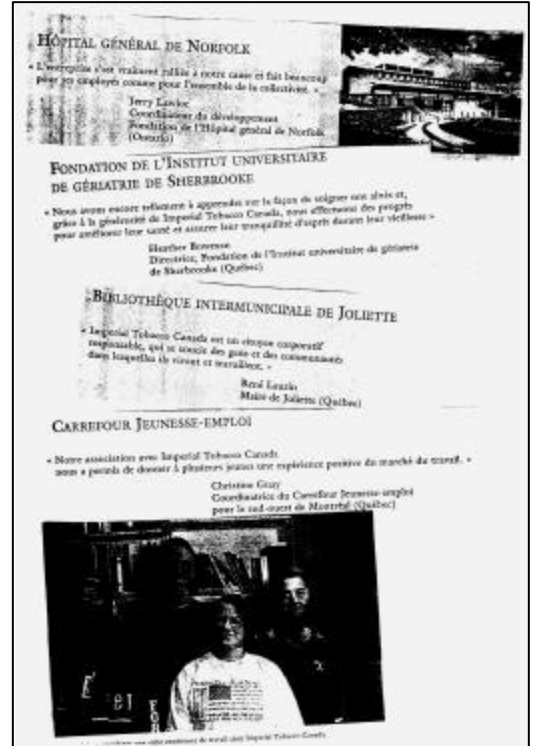
En acceptant les dons de l'industrie, les organisations permettent à l'industrie d'être associée de façon positive avec les enfants, l'éducation, les femmes, les aînés, le système de la santé et l'enseignement supérieur. Les compagnies de tabac utilisent cette légitimité « empruntée » pour détourner l'attention des législateurs et du public du fait que ces mêmes compagnies produisent et font la promotion d'un produit causant la mort de plus de personnes que l'alcool, les drogues, le suicide, les meurtres, les accidents de la route et le SIDA combinés.

■ Les dons engendrent des éloges que peut citer l'industrie :

Parfois, l'industrie invite des organisations prestigieuses et respectées à participer à des événements faisant la publicité de ses gestes de charité. D'autres institutions émettent des éloges que l'industrie met en évidence dans ses leur documentation corporative.

■ Plusieurs de ces groupes représentent ou servent les publics cibles de l'industrie :

Ce qui rend cette fausse bienveillance encore plus outrageante est le fait que l'industrie du tabac cible spécifiquement ces mêmes jeunes, femmes, minorités visibles et moins privilégiés dans ses stratégies de marketing !



« Accepter l'argent de l'industrie du tabac offre à l'industrie — à moindre coût — une respectabilité qu'elle ne mérite pas. »

— Richard Smith, Rédacteur en chef, *British Medical Journal*

Le monde d'Imperial Tobacco Canada Nos produits Salle de presse Contactez-nous

Communiqués

Fonds Imperial Tobacco Canada pour étudiants handicapés boursiers 2001-2002

MONTREAL, le 22 mars /CSN/ - Imperial Tobacco Canada Limitée a annoncé que 10 étudiants ont reçu une bourse du Fonds Imperial Tobacco Canada pour étudiants handicapés pour l'année scolaire 2001-2002. Chacune des bourses, d'une valeur de 5 000 \$, permet aux bénéficiaires de poursuivre des études universitaires de premier cycle.

Du total, trois des bourses de cette année représentent des renouvellements tandis que sept vont à de nouveaux boursiers.

Imperial Tobacco Canada, qui mentionne les problèmes financiers dans ce domaine, vise également à contribuer financièrement à l'amélioration des services de santé pour les personnes âgées. Avec ces dons qui représentent 1% de son profit avant impôts, Imperial Tobacco Canada vise à être perçue comme une « bonne citoyenne ». Selon Mr. Descôteaux, « Lorsque vient le temps de nos produits, l'impact sur la vente de nos produits n'est jamais considéré ».

La Presse 30/11/00

LE JOURNAL DE QUÉBEC, 3 novembre 2002,

Le bal de la Fondation hôpital de l'Enfant-Jésus

Don d'Imperial Tobacco

POUR SON PROJET de bibliothèque intermunicipale pour la région de Joliette, Imperial Tobacco a fait un don important de 300 000 \$. Ce don sera utilisé pour acheter des livres et des équipements scolaires pour les écoles de la région. On voit ici Luc Laurin, maire de Joliette, et M. Yves-Thomas Dorval, président de la Fondation hôpital de l'Enfant-Jésus.

LE JOURNAL DE MONTREAL, MARDI 13 NOVEMBRE 2001

Imperial Tobacco Wants to Help Universities and Senior Persons

Tobacco manufacturer Imperial Tobacco intends from now on to concentrate in priority its donations to the financing of universities and the development of health services for senior citizens. In the realm of education, one of its main objectives is to support the creation of bursary programs for students. The money will also be used for the creation of new study programs in all fields, including health, as outlined by the company's spokesman, Michel Descôteaux.

Imperial Tobacco, which mentions the present financial problems in this area, also intends to contribute financially to the teaching hospitals that work towards the improvement of health services for seniors. With these donations which represent 1% of its annual profit before taxes, Imperial Tobacco wants to be looked upon as a "good corporate citizen". According to Mr. Descôteaux, "When it comes to donations, the impact on the sale of our products is never considered."

LA PRESSE | MONTREAL | LUNDI 24 FÉVRIER 2003

80 000 \$ d'Imperial Tobacco

Dans le cadre de la campagne majeure de la Fondation hôpital Charles-Lemoyne, la compagnie Imperial Tobacco a offert un don de 80 000 \$. Participant à la présentation de ce don : Gilles Labbé (héroux Devtek), coprésident de la campagne, Jean-Denis Gâté (président de la fondation hospitalière), Marie Fortier (Imperial Tobacco), Danièle Martin (fondation hospitalière), Gilles Quimet (Pratt & Whitney), coprésident de la campagne, et Paulin Hovington (hôpital).

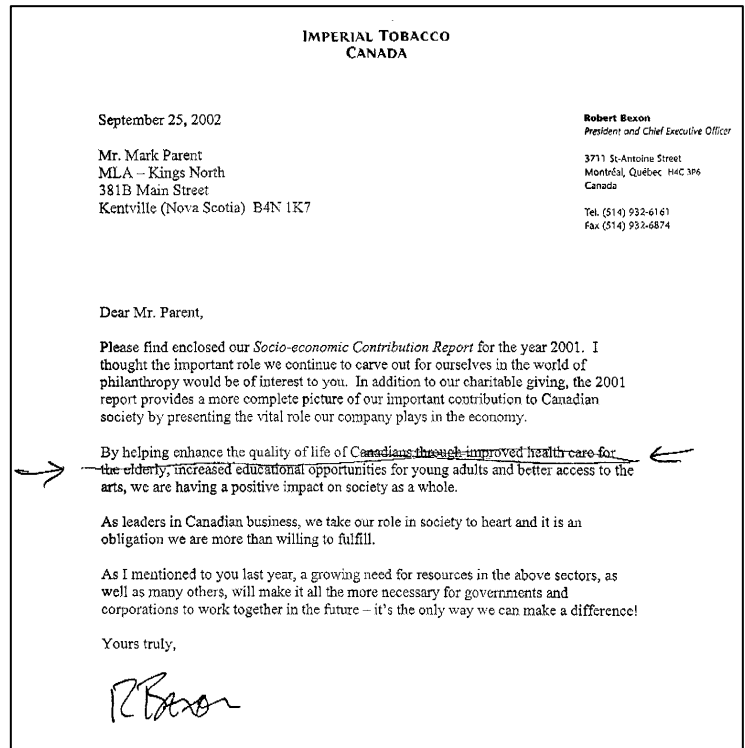
LE JOURNAL DE MONTREAL/DIMANCHE 8 OCTOBRE 2000

Campagne de financement

DANS LE CADRE de sa campagne de financement, la Fondation Portage, qui lutte pour vaincre le tabac, a reçu un joli montant de la compagnie Imperial Tobacco Canada Inc. Sur la photo, on aperçoit aussi Pierre A. Varnos, directeur général de Portage; Marie Fortier, directrice, dons corporatifs, Imperial Tobacco; et Colette Taylor, directrice, développement et communications, Portage.

7) LES DONNS SONT UN OUTIL DE LOBBYING

■ **L'industrie utilise les dons dans le cadre de ses efforts de lobbying :** L'industrie est constamment en train de dérouter les mesures anti-tabac efficaces (tout en faisant la promotion de mesures inefficaces). Afin de contrer, affaiblir ou retarder l'implantation de lois et de règlements qui menacent leurs profits, l'industrie doit se parer d'une certaine crédibilité pour ainsi avoir accès aux politiciens. Les dons servent à convaincre les politiciens que les intentions des compagnies de tabac ne sont pas suspectes, que les compagnies peuvent collaborer avec le gouvernement et qu'elles veulent faire partie de la «solution»... les dons attestant qu'elles s'intéressent au bien-être de la population, et non pas seulement aux profits.



« *Le financement sert à créer un levier moral à appliquer au gouvernement, question d'adoucir les lois sur le contrôle du tabac, et à transférer le contrôle du tabac à un code volontaire et non aux contraintes de la loi.* » — Kevin O'Connor, *The Monitor*, 2001

■ **Les dons créent des listes de « bénéficiaires reconnaissants » :** En acceptant l'argent de l'industrie du tabac, les groupes communautaires permettent à cette dernière de créer des listes de « bénéficiaires reconnaissants » qu'elle insère dans ses rapports annuels positifs et enthousiastes. Ces derniers sont évidemment distribués aux politiciens. Ils fournissent à ceux-ci un catalogue « d'appréciation locale » envers l'industrie du tabac, constitué d'organisations réputées, respectables et altruistes. (En effet, les documents de Philip Morris indiquent que cette firme cible spécifiquement les œuvres philanthropiques préférées des législateurs et de leurs conjoints !¹⁰)

■ **De façon non intentionnelle, les bénéficiaires atténuent l'impact du mouvement pour le contrôle du tabac :** Parce que l'industrie utilise ces activités de philanthropie pour s'opposer aux mesures visant la réduction du tabagisme ou la protection des non-fumeurs de la fumée secondaire, ceux qui acceptent l'argent de l'industrie du tabac se retrouvent, par inadvertance, à s'opposer aux organisations de la santé engagées dans le combat politique pour l'implantation et le maintien de ces mesures de santé.

	\$
Fondation de la Surdité de Montréal, QC	500
Fondation des pompiers du Québec pour les grands brûlés, QC	300
Fondation Docteur Maurice Bertrand, QC	2 000
Fondation du Centre hospitalier de Granby, QC	3 000
Fondation du Centre hospitalier de Lachinc, QC (100 000 – 1 ^o versement)	35 000
Fondation du Centre hospitalier Fleury, QC	3 000
Fondation du Centre universitaire de santé McGill, QC	3 000
Fondation du CHUM, QC	2 360
Fondation Farha, QC	600
Fondation Hôpital La Providence de Magog, QC (10 000 – 3 ^o versement)	3 000
Fondation Hôpital Marie Enfant, QC	500
Fondation Hôpital Saint-Eustache, QC	500
Fondation Hospitalière Maisonneuve-Rosemont, QC	2 500
Fondation Marie-Robert, QC	2 000
Fondation médicale des Laurentides, QC	300
Fondation orthopédique du Canada – national	1 000
Fondation Palli-Ami, QC (20 000 – 4 ^o versement)	5 000
Fondation Palli-Ami, QC	500
Fondation québécoise de la migraine et des céphalées, QC	1 000
Fondation québécoise des maladies mentales, QC	1 750
Fondation québécoise pour les enfants malades du cœur, QC	500
Fondation Savoy, QC	500
Fondation Sharon Colton Riley, QC	1 000
Hamilton Health Sciences Foundation, ON	2 500
Health for Gaelph Foundation, ON (500 000 – 2 ^o versement)	100 000
Hôpital Douglas, QC	2 500
Hôpital Shriners pour l'enfant de Montréal, QC	2 000
Infirmières de l'Ordre de Victoria, QC	2 000
Institut de cardiologie de Montréal, QC (500 000 – 4 ^o versement)	100 000
Institut de recherches cliniques de Montréal, QC (200 000 – 3 ^o versement)	40 000
Institut du cancer de Montréal, QC (100 000 – 4 ^o versement)	20 000
Institut national canadien pour les aveugles, QC	2 000

¹⁰ Emission télévisée ABC World News Tonight, « Corporate Goodwill or Tainted Money? » (8 février 2002).

8) LES DONS AFFECTENT LE COMPORTEMENT

« *L'industrie du tabac achète le silence de ces groupes... Même si ce n'est pas explicite, c'est ce qui arrive. Ceci a eu un énorme impact car ce sont justement ces groupes qui ont le plus besoin de se prononcer, et ils ne le font pas.* »¹¹ — Jean Kilbourne, Wellesley College (États-Unis) discutant des dons de l'industrie du tabac pour les organisations de Noirs et de femmes

■ **La raison d'être des dons est clairement décrite dans les documents de l'industrie** : Loin de financer les programmes avec une forte conscience sociale et pour des raisons altruistes, l'industrie a des motifs purement égoïstes, comme le démontrent les documents de l'industrie où sont détaillées les raisons de l'implantation de tels programmes.¹²

1. **Transfert d'image** : augmenter la légitimité de l'industrie en l'associant au nom d'organisations et d'institutions respectées.
2. **Neutraliser les voix potentiellement critiques.**
3. **Bâtir des liens personnels** avec les dirigeants d'organisations communautaires.
4. **Occasion de promouvoir les arguments de l'industrie** à un public réceptif (fumée secondaire, bénéfices économiques du tabac, augmentations de taxes, hausse de la contrebande, notions de « liberté », etc.).



LES DOCUMENTS DE L'INDUSTRIE EN TÉMOIGNENT :

« *Donc, toute la question d'avoir l'aide de tierces parties et de s'assurer de tout ce concept de tiers dans notre structure de défense a pour but de nous donner du poids, de nous donner du pouvoir, de nous donner de la crédibilité, de nous donner de l'influence, de nous donner l'accès aux endroits auxquels nous n'avons normalement pas accès. (...)*

C'est comme un compte d'épargne. L'analogie est importante. On doit continuer de faire des dépôts dans le compte d'épargne. Dépôts de bonne volonté, dépôts pour apprendre à connaître les gens, dépôts pour écouter leurs problèmes... et on fait ces dépôts dans le compte d'épargne pour que lorsqu'on doit effectuer un retrait, le solde bancaire est là... (...)

On doit essayer de trouver qui l'on doit neutraliser à l'avance, qui constitue une menace potentielle, et ensuite comment l'on peut faire cause commune avec cette catégorie d'individus, de sociétés ou de groupes, de telle sorte que l'on puisse les neutraliser. »

— Philip Morris, « Workshop – Dealing with the Issues Indirectly: constituencies, » conférence Philip Morris, Corporate Affairs Conference (New York : 13 septembre 1984)

■ **Il est difficile de critiquer son bienfaiteur** : En effet, il est naturel de vouloir éviter d'offenser un donateur généreux, en particulier lorsqu'il ne recule devant rien pour démontrer qu'il se préoccupe de la cause d'une organisation. Les plus petites organisations sont plus vulnérables, car elles risquent la dépendance au financement de l'industrie du tabac (comme c'était le cas des événements culturels ou sportifs commandités par le tabac). Plus la dépendance à ce financement est élevée, plus il est improbable qu'un groupe se prononce contre le tabagisme ou l'industrie du tabac, ou qu'il appuie les mesures auxquelles l'industrie s'oppose.¹³

« *Je suis médecin dans un grand centre hospitalier universitaire de Montréal... J'ai voulu que l'hôpital fasse partie de la coalition antitabac et, lorsque j'ai été voir le directeur général de l'hôpital, on me l'a interdit strictement parce ça mettait l'hôpital dans l'eau chaude face à ses donateurs. [...] La dernière grande campagne de souscription de notre hôpital, un des dirigeants de cette campagne-là était le président d'une grande compagnie de tabac.* »¹⁴

¹¹ Jean Kilbourne du Wellesley College, discutant des dons de l'industrie du tabac pour les organisations des noirs et des femmes, cité dans *Tobacco.org* « The Collaborators » (24 mai 2002).

¹² Adaptée de Dr. Judith Mackay et Mary Assunta, « Ethical Guidelines for Meeting with the Tobacco Industry », site Web *INGCAT* (2002).

¹³ N.J. Rosenberg et M. Siegel, « Use of corporate sponsorship as a tobacco marketing tool: a review of tobacco industry sponsorship in the USA, 1995-99 », *Tobacco Control* 10.329-246 (2001).

¹⁴ Transcription mot à mot d'une émission de radio, *CBF MF 95,1*, Société Radio-Canada (10 juin 1998).

■ **Exemples** : Quoique l'influence des dons soit rarement apparente (elle fonctionne en général par ce qu'on ne fait *pas*), il y a toutefois quelques exemples d'organisations qui ont agi d'une manière qui aurait sans doute été différente sans le support financier de l'industrie du tabac :

- **En défendant l'acceptation par son collège d'un don de 150,000 \$ d'Imperial Tobacco**, Richard Always, **président** de l'Université de St. Michael's College (Université de Toronto), **récita les mêmes arguments qu'utilise l'industrie du tabac pour s'opposer aux mesures antitabac**, soit d'inclure d'autres industries (alcool, automobiles, etc.) dans la même catégorie que l'industrie du tabac, de manière à ce que les réformes antitabac semblent déraisonnables.¹⁵
- Pendant la lutte politique au fédéral pour faire adopter la Loi sur le tabac, les bénéficiaires de la commandite de tabac **ont défendu les compagnies de tabac et ont répété les arguments de l'industrie concernant la publicité et la promotion** (par exemple, qu'ils ne ciblent pas les jeunes, que la publicité n'influence pas les gens) dans le cadre de campagnes massives de lobbying et de relations publiques.
- Bien que le rapport du *Surgeon General* des États-Unis ait condamné la cigarette en 1964, **la American Medical Association a refusé d'endosser cette position pendant neuf années, au cours desquelles elle a reçu 18 millions \$ de la part de l'industrie** pour subventionner un programme de recherche sur le tabac.¹⁶
- Se ventant du plus grand « succès » de la compagnie Philip Morris, un directeur du *Tobacco Institute* (l'organisme de lobbying des grandes compagnies de tabac américaines jusqu'au années 90s) a expliqué comment les dons « monumentaux » ont **réussi à s'allier des ennemis potentiels puissants et crédibles – les organisations nationales des pompiers**. Les services de pompiers à travers tout le pays ont appuyé la position de Philip Morris quant aux cigarettes auto-extinguibles, neutralisant ainsi toute critique concernant les risques d'incendie liés au design des cigarettes. . Voici comment s'exprime le directeur : « *Maintien du soutien aux hostiles – inoculation* ». ¹⁷
- En mai 1991, **ACT-UP a levé son boycott des cigarettes Marlboro... moyennant une augmentation du financement des recherches sur le SIDA**, ainsi qu'un appel par Philip Morris pour encourager les groupes locaux à demander d'autres subventions. Un membre de la section régionale new-yorkaise a dénoncé la décision, la décrivant comme « piler sur des milliers de morts » pour aider les victimes du SIDA.¹⁸

9) L'IMPACT DES DONS AUX INSTITUTIONS UNIVERSITAIRES

■ **Les institutions universitaires adhèrent à des principes fondamentaux** : Règle générale, les institutions universitaires doivent adhérer à certains principes fondamentaux, le premier étant un engagement envers la recherche scientifique objective et transparente.¹⁹ Pourtant, il est bien documenté que l'industrie du tabac a l'habitude, depuis plusieurs décennies, de supprimer les données incriminantes sur la toxicité de ses produits, de miner la recherche objective, et d'organiser d'immenses campagnes de désinformation. N'importe quelle institution vouée à la poursuite de la vérité devrait éviter d'être associée de quelque manière que ce soit à une telle industrie.

« Les universités devraient tenir compte non seulement de ce qui est légal, mais aussi de ce qui est éthique. »

— Richard Smith, Directeur, *British Medical Journal*, mai 2001

¹⁵ L'Association pour les droits des non-fumeurs, « Campaign to Take Big Tobacco Out of Universities », *The Varsity* (24 février 2003).

¹⁶ John Wiener, « The cigarette papers », *The Nation* (1^{er} janvier 1996).

¹⁷ Anne Landman, « Firefighters and the Tobacco Industry: buying silence and support », *Tobacco Documents Online* au http://tobaccodocuments.org/timelines.php?mode=display&timeline_id=30 (2003).

¹⁸ *Tobacco.org*, « The Collaborators », (24 mai 2002).

¹⁹ Simon Chapman et Stan Shatenstein, « The Ethics of the Cash Register: Taking Tobacco Research Dollars », *Tobacco Control* (2000).

■ **Les institutions universitaires oeuvrant dans le domaine de la santé sont en conflit direct avec l'industrie du tabac :** Le partenariat entre les institutions d'enseignement et l'industrie du tabac entraîne un conflit d'intérêt direct, particulièrement pour celles qui ont un mandat relié à la santé, puisque ces institutions sont implicitement responsables de la recherche et de la publication des effets nocifs du tabac et du rôle de l'industrie du tabac.²⁰

« *Aucun chercheur ou médecin qui utilise le financement des compagnies de tabac ne peut échapper au fait qu'il prête son nom à la fabrication d'un produit mortel.* »²¹ — G. Bolinder, *Journal: Addiction* 1997

« *Un collègue perd toute sa crédibilité lorsqu'il dit qu'en faisant le mauvais choix, il peut enseigner aux autres comment faire le bon choix.* »²²

Éditorial, *Toronto Star*, discutant la décision du St. Michael's College de l'Université de Toronto d'accepter l'argent provenant du tabac pour un programme d'éthiques en affaires

■ **N'importe quelle association peut être utilisée par l'industrie :** Toute forme d'association avec une université aide l'industrie à protéger ses intérêts. Par exemple, en 1989²³, l'industrie du tabac a organisé un colloque « scientifique » intitulé « *Symposium international à McGill* », pour lequel elle a loué de l'espace sur le campus de l'université et a sélectionné les 82 participants qui se prononceraient sur la question de la fumée secondaire. Les conclusions appuyaient, bien sûr, la position de l'industrie. Les adversaires du contrôle du tabac continuent à citer ce symposium « scientifique » à McGill pour soutenir l'illusion d'une controverse scientifique autour des effets de la fumée secondaire sur la santé.

■ **Les dons influencent la recherche et les programmes :** Tandis que l'industrie et les chercheurs et les universités impliqués dans des partenariats avec l'industrie prétendent qu'il n'y a pas de conditions rattachées aux dons ou aux subventions de recherche, il va sans dire que l'industrie bénéficie de cette contribution financière, même indirectement. Après tout, si les compagnies de tabac ont donné 2,4 millions \$ en trois ans aux universités canadiennes²⁴, elles s'attendent à un retour quelconque sur cet investissement – cela pourrait être, par exemple, l'absence de nouvelles études sur les effets dévastateurs du tabagisme sur la santé, sur l'impact de la publicité du tabac, sur les coûts économiques du tabac, ou sur tout autre aspect qui pourrait nuire à la réputation ou aux profits de l'industrie.

■ **L'industrie du tabac a une tradition d'ingérence dans la recherche scientifique :**

- **Les chercheurs recevant des subventions de l'industrie du tabac diffusent rarement ou jamais leurs résultats dans une arène qui pourrait influencer les politiques de santé, et acceptent rarement ou jamais de critiquer publiquement l'industrie du tabac.**²⁵
- **Les agences de financement de recherche supportées par l'industrie du tabac ont tendance à favoriser les recherches qui détournent l'attention des impacts du tabagisme ou de la fumée secondaire sur la santé,**²⁶ comme la recherche sur la pollution d'air intérieur qui n'inclut pas la fumée du tabac, ou sur des maladies (telles le SIDA) qui ne sont pas liées au tabagisme.

²⁰ Cohen, Ashley, Goldstein, Ferrence, Brewster, « Commentary: Institutional addiction to tobacco », *Tobacco Control* 8:70-74 (1999).

²¹ G. Bolinder, « Tobacco research funded by the tobacco industry—an ethical conflict », *Addiction* 92:1071-1075 (Medline, 1997).

²² Éditorial, « Ethical Hornets' Nest », *Toronto Star* (26 février 2003).

²³ D. Ecobichon and J. Wu, *Environmental Tobacco Smoke, Proceedings of the International Symposium at McGill University* (1989).

²⁴ Agnès Gruda, « Les universités flirtent avec l'industrie du tabac: En trois ans, elles ont reçu plus de deux millions », *La Presse* (17 Septembre 2003)

²⁵ Simon Chapman et Stan Shatenstein, « The Ethics of the Cash Register: Taking Tobacco Research Dollars », *Tobacco Control* (2000).

²⁶ M. Bloch, « Tobacco industry funding of biomedical research » *Tobacco Control* 3:297-298 (1994) ; D.E. Barnes et L. Bero « Industry-funded research and conflict of interest: an analysis of research sponsored by the tobacco industry through the Center for Indoor Air Research », *J Health Politics Policy Law* 21:515-542 (Medline, 1996).

- Des révélations récentes démontrent que de nombreuses **bourses provenant des conseils de « recherche » de l'industrie étaient contrôlées par les avocats de l'industrie du tabac au lieu d'être contrôlées par des conseils scientifiques**, et qu'elles étaient attribuées spécifiquement pour alimenter la « controverse » scientifique concernant les dommages causés par le tabac.²⁷
- L'Université de St. Michael's College de l'Université de Toronto a accepté un don de 150 000 \$ de Imperial Tobacco pour financer un cours sur l'éthique commerciale et la responsabilité sociale des corporations. Un professeur embauché pour préparer un projet d'étude pour ce cours avait choisi le cas de l'Université de Nottingham en Grande Bretagne ayant accepté un don de l'industrie du tabac. **Le collège a refusé la proposition, qui suggérait l'étude de l'éthique derrière les dons de l'industrie du tabac.**²⁸
- Imperial Tobacco, un contributeur de longue date à la conférence annuelle de la Faculté de Droit à l'Université de Toronto, **a retenu son financement alors que les étudiants en droit tentaient de porter plainte contre Shoppers Drug Mart** (une compagnie d'Imasco, à l'époque propriétaire d'Imperial Tobacco) **pour avoir vendu du tabac à un mineur.** Un porte-parole d'Imperial Tobacco avait noté que les étudiants « mordaient la main qui les nourrissait. »²⁹

« Même si l'argent du tabac permet à une université de se distinguer, et même s'il en résulte un avancement des connaissances, la société subit tout de même une perte nette parce qu'elle supporte les intérêts de cette industrie. »
 — Joanna Cohen, Département des services de santé publique, Université de Toronto, juillet 2001

10) DE PLUS EN PLUS D'INSTITUTIONS CRÉDIBLES REFUSENT CES DONS

■ **Les dons de l'industrie du tabac font scandale** : Plus on en apprend sur le comportement corrompu de l'industrie du tabac, plus les possibilités sont grandes pour ceux qui acceptent l'argent de cette industrie d'être mêlés à un scandale public.



²⁷ L. Bero, D.E. Barnes, P. Hanauer, et al. « Lawyer control of the tobacco industry's external research program. The Brown and Williamson Documents », *JAMA* 274:241-247 (Medline, 1995).
²⁸ L'Association pour les droits des non-fumeurs, « Campaign to Take Big Tobacco Out of Universities », *The Varsity* (24 février 2003).
²⁹ R. Cunningham, *Smoke and mirrors. The Canadian Tobacco War.* (Ottawa: Centre de recherches pour le développement international, 1996).

■ **De plus en plus d'organisations prennent position** : Heureusement, de plus en plus d'universités, d'organisations et de chercheurs refusent et dénoncent les dons de l'industrie du tabac. C'est en grande partie grâce à une prise de conscience grandissante concernant les stratégies malhonnêtes et mortelles des compagnies de tabac, une prise de conscience qui augmente avec chaque nouvelle révélation provenant des documents secrets des compagnies de tabac.

13 juin 2002 - L'Institut Karolinska de Stockholm, qui décerne chaque année le Prix Nobel de Médecine, a déclaré jeudi qu'il prévoit de mettre fin à tous ses rapports avec l'industrie du tabac afin qu'il ne soit pas associé aux dommages causés par la cigarette à la santé publique. « **Il est extrêmement important que nous qui sommes supposés travailler pour améliorer la santé de la population ne soyons nullement associés à l'industrie du tabac** » a déclaré Hans Wigzell, recteur de l'institut Karolinska en juin 2002. Le conseil d'administration de Karolinska a décidé de mettre fin aux relations après que Wigzell ait été contacté par un lobbyiste du groupe américain de tabac Philip Morris.
- Agence de Presse, France: 13 juin 2002

■ **Exemples :**

- En novembre 2000, l'**Université de l'Alberta a refusé près de 500 000 \$ que lui offrait l'industrie du tabac**. Le don aurait été utilisé pour des bourses.³⁰
- L'**Université de la Colombie Britannique a mis en place une politique qui interdit l'acceptation de dons et subventions des compagnies de tabac**.³¹
- Après que British American Tobacco (maison-mère d'Imperial Tobacco) ait donné 3,8 million £ (9,6 millions \$ CAN.) à Nottingham University (GB) pour l'établissement d'un centre international pour la responsabilité sociale des entreprises, **un étudiant de maîtrise en administration des affaires a refusé le prix de l'Étudiant de l'année, un professeur en journalisme médical a donné sa démission, et un membre du Parlement européen s'est retiré de toutes ses fonctions à l'université**.³²
- Quand l'Université de St. Michael's College de l'Université de Toronto a accepté un don de 150 000 \$ de l'industrie du tabac pour financer un programme sur l'éthique commerciale, plusieurs **membres du conseil consultatif du département de formation continue sur la responsabilité sociale des corporations ont démissionné, et l'un des trois partenaires s'est retiré du programme**.³³
- L'**Université Johns Hopkins, l'Université Harvard et l'Université de la Californie bannissent toutes les actions des compagnies de tabac** dans leur portefeuille d'investissement.³⁴
- L'Institut national du cancer du Canada, la Fondation nationale des maladies de cœur de l'Australie, et plusieurs membres de l'Association des ligues européennes du cancer **ne financent pas les chercheurs qui reçoivent un support financier de l'industrie du tabac**.³⁵
- La Campagne de Recherche sur le Cancer de la Grande-Bretagne **ne finance pas les chercheurs si leur institut de recherche ou leur faculté universitaire reçoit des fonds de l'industrie du tabac**; des conseils du cancer en Australie **ne financent pas les individus si quelqu'un dans leur institution reçoit l'appui de l'industrie du tabac**.³⁶
- En 2001, la **YWCA du Québec a adopté une résolution formelle pour mettre fin à tout don de l'industrie du tabac**, y compris ceux qui commanditaient l'un des prix du programme annuel Femmes de mérite. Depuis, le groupe s'est impliqué dans l'organisation d'une conférence internationale sur le tabac et les femmes.
- En décembre 2002, **l'association des étudiants de l'université de la Saskatchewan a refusé \$225,000 de Imperial Tobacco pour la commande de concerts pour les étudiants**. « C'est de l'argent sale, » a dit le vice-président Opérations et Finances de l'association.

³⁰ L'Association médicale canadienne, « University refuses tobacco-sponsored scholarships », *Canadian Medical Association Journal (Newsdesk)* (24 novembre 2000).

³¹ L'Association médicale canadienne, « University refuses tobacco-sponsored scholarships », *Canadian Medical Association Journal (Newsdesk)* (24 novembre 2000).

³² Joanna Cohen, « Tobacco Control », éditorial, *British Medical Journal* (juillet 2001).

³³ L'Association pour les droits des non-fumeurs, « Health Groups Condemns the University of St. Michael's College for funding an ethics program with tobacco money », communiqué de presse (novembre 2002).

³⁴ Joanna Cohen, « Tobacco Control » éditorial, *British Medical Journal* (juillet 2001).

³⁵ Joanna Cohen, « Tobacco Control » éditorial, *British Medical Journal* (juillet 2001).

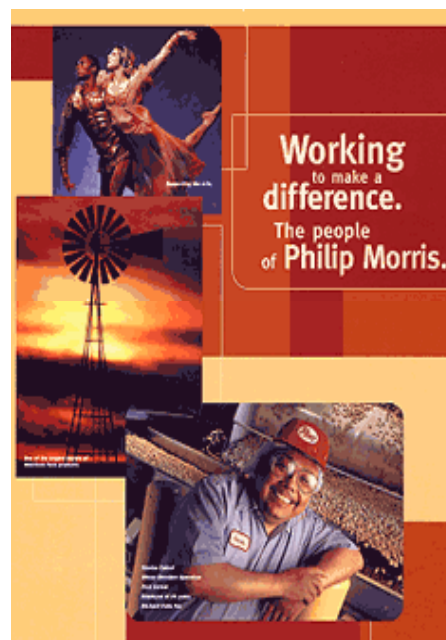
³⁶ Joanna Cohen, « Tobacco Control » éditorial, *British Medical Journal* (juillet 2001).

11) L'INDUSTRIE EST MOINS GÉNÉREUSE QU'IL N'Y PARAÎT

■ **L'industrie est-elle vraiment si généreuse ?** Prenons le cas d'Imperial Tobacco : cette compagnie dépense beaucoup plus pour publiciser ses contributions « généreuses » aux organisations culturelles et sportives (40 millions \$ par an³⁷) qu'elle ne dépense en termes de dons (par exemple, 2 millions \$ par an pour tous les événements artistiques³⁸). Ne devrait-ce pas être l'inverse ?

En tout, Imperial Tobacco a donné 8 329 462 \$ à plus de 800 organisations canadiennes en 2002³⁹, l'équivalent de moins de trois jours de profits pour la compagnie.⁴⁰ Pourtant, dans une année, elle dépense plus de 68 millions \$ en promotion...⁴¹

■ **Les intentions transparentes de Philip Morris :** Philip Morris, fabricant des cigarettes Marlboro, est aussi impliqué dans une énorme campagne de relations publiques pour rehausser son image corporative. Encore une fois, la façon dont cette compagnie dépense son argent en dit long sur ses véritables motivations : en 2000, la compagnie a dépensé 2 millions \$ US dans des programmes contre la violence conjugale et 60 millions \$ US pour diverses autres causes – et 108 millions \$ dans les campagnes de relations publiques pour s'en vanter auprès du public.⁴²



CONCLUSION

Il n'existe pas d'université, d'institut de soins de santé, d'organisation communautaire ou de fondation contre une maladie qui n'est pas en besoin de fonds. Mais ceci ne veut pas dire qu'elles devraient fermer les yeux sur tous les décès et maladies causés par un donateur potentiel – surtout quand ces mêmes dons servent à perpétuer les dommages.

Chaque année, 45 000 Canadiens et Canadiennes souffrent et meurent à cause du tabac. Si une personne se préoccupe réellement de la vie humaine, elle ne voudrait jamais contribuer, de quelque manière que ce soit, à cette épidémie.

³⁷ Pièces à conviction D237,a,b,c,d,e et D239 a,b,c,d,e,f du procès de Montréal (2002).

³⁸ Ed Ricard, directeur du marketing pour Imperial Tobacco, questionné dans un procès à la Cour suprême (28 et 29 janvier 2002).

³⁹ Imperial Tobacco, rapport *Socio-Economic Contribution Report* (2002).

⁴⁰ Profits d'Imperial Tobacco pour 2002 : 1 031 millions \$, ou 2,82 millions \$ par jour ; Imperial Tobacco, « Management Discussion and Analysis: For the year ended December 31 2002 » (février 2003).

⁴¹ Pièces à conviction D237,a,b,c,d,e et D239 a,b,c,d,e,f du procès de Montréal (2002).

⁴² Éditorial, *San Francisco Chronicle* (27 novembre 2000).