



COALITION QUÉBÉCOISE
POUR LE CONTRÔLE DU TABAC

4126, rue St-Denis, Montréal, Québec H2W 2M5 • Tél. : (514) 598-5533 • Téléc. : (514) 598-5283 • coalition@cqct.qc.ca

IMPERIAL TOBACCO et son comportement corporatif « socialement responsable » (janvier 2008)

Les compagnies de tabac n'ont *jamais* été intéressées à améliorer le sort de la société. Elles ont mené 40 années de tromperies et d'abus bien documentés auprès de la société, qui ont causé des centaines de milliers de décès prématurés. Des montagnes de preuves exposant des décennies de mensonges, de fraudes, de fausse représentation, de conspiration contre l'intérêt public et d'autres comportements répugnants des compagnies de tabac se sont accumulées au cours des dernières années.

En se basant en partie sur ces documents, la **Cour fédérale du district de Columbia à Washington** a rendu en août 2006 un jugement accablant contre des fabricants américains de tabac, incluant les parents corporatifs (ex : **British American Tobacco**) et des compagnies-sœurs (**Brown & Williamson**) des compagnies canadiennes (ex : **Imperial Tobacco**). Dans ce jugement, on retrouve la conclusion que « *pendant plus de 50 ans, les défenseurs ont menti, fait de fausses déclarations et trompé le public américain [...] sur les effets dévastateurs du tabagisme et de la fumée de tabac dans l'environnement, ils ont supprimé des recherches, détruit des documents et manipulé les taux de nicotine pour augmenter et perpétuer la dépendance, en plus de cacher la vérité sur les cigarettes légères et à faible teneur en goudron afin de décourager les fumeurs d'abandonner le tabac, ils ont abusé du système judiciaire afin d'atteindre leur objectif – de faire de l'argent avec peu de considération, sinon aucune, pour la maladie et la souffrance individuelle, les coûts de plus en plus élevés de santé, ni pour l'intégrité de l'appareil de justice.* »¹

Le **Gouvernement de la Colombie-Britannique**, de son côté, allègue que les fabricants canadiens travaillaient de concert avec leurs vis-à-vis américains et ont eux aussi menti à propos des risques du tabagisme pour la santé, de la dépendance, de la manipulation de la nicotine et du fait que leurs activités de promotion commerciale visaient les enfants.² En tout, **cinq gouvernements provinciaux** ont engagé, ou s'apprentent à le faire, une poursuite contre l'industrie du tabac³, sans oublier les nombreuses autres poursuites inscrites par des victimes du tabagisme.

Campagne de relations publiques

Imperial Tobacco annonçait, à l'automne 2006, qu'elle lançait la campagne « Parlons-en » avec les parties prenantes concernées (« key stakeholders ») pour discuter de trois sujets. En tête de liste : « **la prévention du tabagisme chez les jeunes** », suivi de « **la réduction des risques liés à l'usage du tabac** » et, enfin, « **la lutte aux ventes illégales de produits du tabac** ». Le but de ces discussions ? **La production d'un plan d'action corporatif « socialement responsable »**.

L'industrie du tabac doit opérer dans un environnement plus hostile depuis plusieurs années, ce qui signifie plus de restrictions et de contrôles gouvernementaux relativement à ses activités de mise en marché. Elle s'est rendue compte que si elle voulait éviter la mise en place de législations supplémentaires, elle devait combattre

¹ **United States District Court For the District of Columbia**. United States of America et al, v. Philip Morris USA Inc., et al. Final Opinion: August 17, 2006. Civil Action No 99-2496 (GK) : 1500, 1566. <http://www.ucsf.edu/senate/townhallmeeting/dckessler-99-2496-082006a.pdf>

² **Ministère du Procureur général de la Colombie-Britannique**. <http://www.healthservices.gov.bc.ca/tobacco/litigation/writ.html>

³ Colombie-Britannique, Terre-Neuve, Nouvelle-Écosse, Manitoba et Nouveau-Brunswick.

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 globale afin de remodeler son image.

En effet, **Imperial Tobacco** dit clairement dans ses documents internes que sa mauvaise réputation nuit à ses profits et qu'elle a besoin d'implanter une série de démarches, incluant le fait de « *regagner (sa) crédibilité aux yeux des parties prenantes* »⁴, afin de freiner la menace des interventions gouvernementales visant à réduire le tabagisme.

IMPERIAL TOBACCO CANADA LIMITED

3.0 Divisional Activities

THE ENVIRONMENT (CORA)

The Canadian environment poses two main risks for ITCAN. The first of these is further government intervention through such measures as major tax increases, price controls, product modifications, packaging regulations, and restrictions on communications and product distribution. The other risk is the demonization of the industry and denormalization of smoking as seen through anti-tobacco lobby actions, the federal tobacco reduction program strategy, and their impact on our corporate image.

The Corporate Affairs plan strives to meet both short-term and long-term corporate needs and goals, with a particular focus on normalising ITCAN's relations with governments. In order to address the risks, a four-part strategy is being used.

1. Focusing on proactive programs addressing the main issues of health risks and underage smoking.
2. Regaining credibility with key stakeholders.
3. Reversing or eliminating demonization.
4. Keeping abreast of potential anti-tobacco initiatives.

Il est impossible de prendre au sérieux la prétention que l'industrie du tabac ait fait un « virage » vers une nouvelle philosophie de responsabilité sociale. Pendant qu'elle mène son entreprise de propagande sur sa soi-disant responsabilité sociale, **Imperial Tobacco** relance ses attaques contre les lois antitabac⁵ et continue à investir des sommes astronomiques dans la promotion de ses produits mortels, incluant de la promotion trompeuse.⁶ Même si l'industrie du tabac prétend publiquement avoir changé, dès qu'on jette un regard sur ce qu'elle fait en pratique, on réalise rapidement que c'est la même vieille industrie qui réalise simplement des versions toujours plus sophistiquées des mêmes vieilles tromperies.

Ainsi, tous ses efforts de relations publiques, de rapprochements avec des tierces parties crédibles et de projets de « prévention » auprès des jeunes ne visent qu'une chose : la maximisation des profits découlant de la vente de ses produits mortels. En tant que compagnies à but lucratif, la seule priorité des cigarettiers est d'augmenter les dividendes versés aux actionnaires : c'est dans la « nature de la bête. ».

⁴ **Imperial Tobacco Canada Limited**, document sans titre, date inconnue estimée à 2000 ou 2001 (contient une section « 2000 Review & 2001-2003 Outlook »), page 20, no Bates 325179025. <http://bat.library.ucsf.edu/search?q=325179025&dir=qf&start=0&index=index&outputFormat=HTML&encoding=ISO-8859-1&field=er%3A&display=brief&num=10>

⁵ La contestation de la loi fédérale et le financement de groupes façade pour s'opposer aux lois provinciales en sont deux bons exemples.

⁶ Les compagnies canadiennes de tabac investissent plus en promotion dans les dépanneurs québécois à chaque année (32 millions \$ [source : **Société canadienne du cancer**, 4 mai 2006]) que le budget annuel de lutte contre le tabac du ministère de la Santé (20 millions \$). Exemple de publicités trompeuses : http://www.cqct.qc.ca/Documents_docs/DOCU_2007/MEMO_07_10_18_ReglementationDouceLegereFINAL.pdf

ANNEXE

Quelques répliques au discours concernant la « NOUVELLE CONDUITE RESPONSABLE » D'IMPERIAL TOBACCO (ITC)

Document stratégique de BAT⁷ :

<u>CAMPAIGN AIMS</u>	
1.	To ensure industry is an active participant in the debate
2.	To persuade public we have a legitimate and credible position
3.	To slow down the growth of negative public opinion against the industry
4.	To start a process to increase positive view of the industry (or smoking).

1) « Notre principe de conduite responsable comprend l'obligation de respecter les normes les plus rigoureuses de conduite et d'intégrité dans tout ce que nous accomplissons [...] nous devons développer, fabriquer et commercialiser nos marques d'une manière responsable [...] se conformer aux normes environnementales les plus rigoureuses et agir dans le respect des droits de la personne.⁸ »

Qu'est-ce-que cela peut bien signifier dans la bouche d'une compagnie qui fabrique et met en marché des produits qui tuent la moitié de leurs consommateurs ??? **Réponse : relations publiques.** La priorité d'Imperial Tobacco demeure la maximisation de ses profits. Et ce, peu importe les conséquences mortelles pour ses consommateurs. Elle est tenue par ses actionnaires de protéger et d'augmenter ses profits, même si plus de ventes égale plus de morts. Promouvoir la réduction du tabagisme, premier objectif d'une entreprise authentiquement responsable, ne figure pas dans les buts de la compagnie.

2) « Les Canadiens souhaitent que les compagnies de tabac soient socialement responsables.⁹ »

Si Imperial Tobacco voulait vraiment agir de façon responsable, elle pourrait :

- Cesser toute forme de promotion, incluant la promotion aux points de vente
- Arrêter de mentir et de dénaturer les faits connus à propos des risques du tabagisme et de la fumée secondaire
- Mettre fin à son harcèlement judiciaire et politique des lois visant à contrôler l'industrie et à réduire le tabagisme
- Adopter l'emballage neutre pour ses produits afin d'éliminer les « personnalités » de chacune de ses marques et cesser de les vendre à l'aide de concepts trompeurs (analogues aux « douces » et « légères »)
- Mettre fin à la création et au financement de groupes de façade
- Appuyer honnêtement un programme gouvernemental global et efficace de lutte contre le tabac
- Appuyer la Convention cadre pour la lutte contre le tabagisme de l'OMS et sa mise en œuvre dans les pays en développement

⁷ Jodi White, Acétates de la réunion « Key Issues Council meeting » de **British American Tobacco**, 8 février, 1995.
<http://bat.library.ucsf.edu/data/d/m/m/dmm24a99/dmm24a99.pdf>

⁸ **Benjamin Kemball**, discours, Club économique de Toronto, 17 octobre 2006 (et toutes les autres citations de ITC sauf d'indication contraire).
http://www.imperialtobaccocanada.com/onewebca/sites/IMP_5YBAUU.nsf/vwPagesWebLive/C1256E7F00296E7380256E160062D0A6?opendocument&SID=&DTC=

⁹ Imperial Tobacco, communiqué de presse, 17 octobre 2006.

http://www.imperialtobaccocanada.com/onewebca/sites/IMP_5YBAUU.nsf/vwPagesWebLive/CC3BF90C2A8FF6FFC1257108005E41CC?opendocument&SID=&DTC=

- Transmettre les résultats de toutes ses recherches sur les cigarettes, la dépendance et les fumeurs aux gouvernements concernés

3) ITC est « une industrie qui répond à une demande pour un produit légal [...]»

Légal ? Sans doute, mais aussi toxique et létal. **Le tabac est légal seulement à cause de la plus grande fraude de l'histoire de la santé publique.** Le tabac serait défini comme un produit dangereux si on tentait de l'introduire sur le marché aujourd'hui. En raison de la dépendance à la nicotine, il est impossible d'en guérir l'humanité autrement que par une réduction graduelle de la demande à l'aide d'interventions et de programmes gouvernementaux.

4) Les adultes « choisissent de consommer ces produits.¹⁰ »

La grande majorité des fumeurs actuels sont devenus accros à la nicotine alors qu'ils n'étaient que des enfants ou des ados. **80% des adultes qui « choisissent » de fumer souhaiteraient ne jamais avoir commencé.** Ils fument parce qu'ils sont incapables d'arrêter.

5) « Dans nos principes relatifs à la conduite des affaires [...] on retrouve le principe de bénéfice mutuel.¹¹ Imperial Tobacco Canada s'est engagé à considérer les attentes de ses dépositaires d'enjeux.¹² »

À quels dépositaires d'enjeux réfère l'industrie ? Aux millions de fumeurs qui sont dépendants des produits d'Imperial Tobacco, incluant les milliers de malades du tabagisme condamnés à une mort atroce ? Aux 25 000 familles¹³ qui sont détruites chaque année par le décès prématuré d'un membre qui fumait des *du Maurier* ou des *Players* ? Aux sociétés qui paient la facture des soins de santé et de la perte de productivité ? (Les revenus en taxes sont bien inférieurs aux coûts du tabac et sont, notons-le, payés par les fumeurs et non par l'industrie). Est-ce que l'industrie réfère aux employés qu'elle a dépouillés de leur gagne-pain en déménageant sa fabrication au Mexique pour rogner sur les salaires et échapper au paiement de l'impôt ? ... **Les seuls dépositaires d'enjeux qui intéressent Imperial Tobacco et ses dirigeants sont ses actionnaires dont la très grande majorité se trouve à l'étranger** (Imperial Tobacco appartient à 100 % à British American Tobacco, qui est basé à Londres).

6) « ITC considère la prévention de l'usage du tabac chez les personnes d'âge mineur comme un enjeu social extrêmement important. [...] ITC est le plus important contributeur financier au seul programme national visant à aider les détaillants et leur personnel à empêcher la vente de produits du tabac aux personnes d'âge mineur.¹⁴ »

Les campagnes de marketing de l'industrie cherchent à positionner la cigarette en tant que symbole de maturité et d'indépendance, ce qui constitue justement l'attrait pour les jeunes. L'industrie sait très bien que répéter, à propos des cigarettes, qu'elles sont réservées aux adultes, en renforce l'attrait pour les jeunes. Le programme « *Opération carte d'identité* » est conçu en ce sens (« *Moins de 18 ans, pas de tabac !* »). Il va de soi que le programme ne dit rien des effets du tabagisme sur la santé ni de la toxicomanie à la nicotine. Les archives confidentielles des cigarettiers montrent qu'ils savent bien que ce type de programme n'a aucun impact sur la prévalence du tabagisme chez les jeunes et que **sa principale fonction est se servir d'outil de relations publiques pour améliorer l'image de l'industrie.**

¹⁰ Imperial Tobacco, « Le point sur Imperial Tobacco Canada ... notre position », juin 2006.

http://www.imperialtobaccocanada.com/onewebca/sites/IMP_5YBAUU.nsf/vwPagesWebLive/C1256E7F00296E73C1256E6E00643304?opendocument&SID=&DTC=

¹¹ Discours de Benjamin Kemball, Association des détaillants en alimentation du Québec, 14 octobre 2006.

¹² Benjamin Kemball, Communiqué de presse d'Imperial Tobacco, 13 octobre 2006.

¹³ Au prorata de sa part de marché : 57% de 45 000 décès au Canada.

¹⁴ La plus récente d'Imperial Tobacco est la campagne « Parlons-en », lancée en octobre 2006 : voir 1^{er} et 3^{ème} communiqués.

http://www.imperialtobaccocanada.com/onewebca/sites/IMP_5YBAUU.nsf/vwPagesWebLive/CC3BF90C2A8FF6FFC1257108005E41CC?opendocument&SID=&DTC=

7) ITC est « fière de la longue tradition d'Imperial Tobacco Canada en matière de philanthropie. »

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 mieux s'opposer aux interventions gouvernementales. **Les dons et commandites sont uniquement une question d'affaires**, et comme la plupart des investissements en affaires, ils présupposent un « retour » sur cet investissement. Voir [Les dons de l'industrie du tabac](#)¹⁵.

8) ITC veut « travailler [...] en vue d'assurer que les consommateurs disposent d'une information adéquate et claire à propos des produits et des risques. »

Imperial Tobacco et les autres fabricants canadiens se sont battus contre les avertissements de santé imprimés sur les paquets, et les ont contesté devant la Cour suprême du Canada. Ils ont longtemps nié les effets du tabac sur la santé et continuent de nier la dévastation de la santé par la fumée de tabac secondaire. De plus, ils ont tout fait pour empêcher toute mention et information au sujet de la dépendance dans ces avertissements.

9) ITC veut « reconnaître le rôle [...] que joue la réglementation dans l'équilibre des besoins des divers segments de la société. »

Imperial Tobacco s'est opposée à tous les projets de loi et projets de règlements efficaces. La compagnie conteste présentement la loi fédérale devant la Cour suprême. Elle finance également des groupes de façade qui luttent contre les lois provinciales, incluant celle du Québec (ex : Monchoix.ca). Voir document [Principaux groupes luttant contre la Loi sur le tabac](#)¹⁶.

10) « Nous considérons comme une priorité le développement de produits du tabac dont la nocivité pourrait être réduite. »

Comme les cigarettes « douces » et « légères » à teneur réduite de goudron et nicotine ? Non merci ! L'industrie savait que ces nouvelles cigarettes étaient tout aussi dangereuses que les cigarettes régulières, mais a trompé autant les gouvernements (en déformant ses recherches) que les fumeurs préoccupés par leur santé (en les « rassurant » de manière à ce qu'ils continuent à fumer). Toute « amélioration » du produit (si c'est possible) doit être strictement réservée aux instances gouvernementales concernées de même que, et surtout, sa mise en marché.

11) « Cet objectif de dénormalisation est la justification sous-jacente de l'ensemble des gouvernements canadiens, qui sont allés jusqu'à financer des projets attaquant non pas les produits du tabac, mais les consommateurs et les gens qui travaillent dans l'industrie. »¹⁷

Les efforts de « dénormalisation » menés par les groupes antitabac ne visent rien d'autre que de révéler la vérité à propos du comportement de l'industrie du tabac. La dénormalisation ne concerne pas les victimes que sont les fumeurs ni les salariés de l'industrie. En vérité, il s'agit de défaire des décennies de vastes campagnes de « normalisation » orchestrées par les dirigeants des compagnies de tabac pour établir l'acceptabilité sociale du tabagisme et de l'industrie qui entretient cette dépendance et en fait son beurre. Cette « normalisation » s'est accomplie en finançant des partis politiques, en commanditant des événements sportifs et culturels, en finançant des institutions de santé, des chercheurs et des chaires universitaires, en s'intégrant dans les partis politiques et les conseils d'administration, et en menant des campagnes sophistiquées de relations publiques.

¹⁵ http://www.cgct.qc.ca/Documents_docs/DOCU_2003/DOCU_03_05_00_Dons_FRA_ed.pdf

¹⁶ http://www.cgct.qc.ca/Documents_docs/DOCU_2006/DOCU_06_03_28_GroupesLuttantContre112_4.pdf

¹⁷ Benjamin Kemball, discours, Office de commercialisation des producteurs de tabac jaune du Québec, 7 juillet 2005.

http://www.imperialtobaccocanada.com/onewebca/sites/IMP_5YBAUU.nsf/vwPagesWebLive/C1256E7F00296E7380256E160062D0A6?opendocument&SID=&DTC=

12) « Les produits illégaux sont facilement accessibles aux mineurs, puisque les criminels n'exigent aucune preuve d'identité.¹⁸ Nous souhaitons poursuivre notre participation active au combat contre la vente illicite de produits du tabac [...] Nous poursuivrons nos recherches internes et appuierons la recherche de tiers sur la prévalence et l'impact du commerce illégal de cigarettes au pays.¹⁹ »

En ce qui concerne la lutte contre la contrebande, les objectifs d'Imperial Tobacco diffèrent considérablement de ceux de la communauté de la santé. Le but de la communauté de la santé est de réduire le tabagisme et ses conséquences sur la santé. C'est pourquoi elle a toujours cherché à combattre le phénomène des cigarettes de contrebande qui rend disponible des produits du tabac moins chers aux jeunes (qui sont très sensibles au prix). L'objectif de l'industrie du tabac est de maximiser ses profits. Aujourd'hui, cela veut dire éliminer la contrebande provenant de sources autochtones qui font compétition avec ses marques. Mais lorsqu'au milieu des années 90 la contrebande s'avérait bénéfique pour les intérêts de l'industrie (pour faire baisser les taxes sur le tabac), Imperial Tobacco était profondément impliquée dans la contrebande de ses propres cigarettes.

Et il n'est pas dans son intérêt, apparemment, d'augmenter le contrôle sur ses propres produits. C'est sans doute la raison pour laquelle elle s'est vigoureusement opposée à l'idée d'apposer des timbres avec code unique sur chaque paquet de cigarettes²⁰, une mesure présentement à l'étude par le gouvernement fédéral et appuyée par de nombreux groupes de santé.

Bien que les cigarettiers se défendent de vouloir faire des propositions aux gouvernements, les seuls axes de lutte qu'ils prônent sont manifestement insuffisants : la répression accrue, la «sensibilisation» et « l'ajustement de la fiscalité »²¹, en ajoutant que les taxes élevées sur le tabac a eu pour effet d'accroître la criminalité et d'ajouter des millions de cigarettes de contrebande au marché.²² **C'est bien là le vrai but de l'industrie : faire baisser les taxes. Cependant, elle l'avoue habituellement à contre-cœur : « Si l'application de la loi ne résout pas le problème, la seule autre solution est de réduire les taxes [sur le tabac] »²³.** Cependant, la baisse des taxes est une fausse solution à la contrebande, et ne fait que bénéficier à l'industrie du tabac en rendant le tabac plus accessible. Comme l'a dit la Banque Mondiale, « Si la contrebande constitue indéniablement un problème sérieux, [...] ce n'est pas en réduisant les taxes ni en renonçant à les augmenter qu'il convient de réagir, mais en réprimant la criminalité. »²⁴

---- Fin de l'Annexe ----

¹⁸ Imperial Tobacco, Site Internet, « Le commerce illicite »,

http://www.imperialtobaccocanada.com/onewebCA/sites/IMP_5YBAUU.nsf/vwPagesWebLive/876358D67435AB55C1256EEE0053CDAB?opendocument&DTC=&SID=

¹⁹ Discours de Benjamin Kember, Président et chef de la direction d'Imperial Tobacco, devant le Cercle canadien de Montréal, 7 mai 2007.

²⁰ <http://www.newswire.ca/en/releases/archive/August2007/14/c6858.html>

²¹ Presse canadienne, « Le tiers des cigarettes sont illégales au Québec », 2 août 2007, <http://www.lesaffaires.com/article/0/economie/2007-08-02/461680/le-tiers-des-cigarettes-sont-illegales-au-quebec.fr.html>

²² Imperial Tobacco, Site Internet, « Le commerce illicite et les produits contrefaits »,

http://www.imperialtobaccocanada.com/onewebCA/sites/IMP_5YBAUU.nsf/vwPagesWebLive/BCE6425261667FC7C1256E9900642384?opendocument&DTC=&SID=

²³ Paroles de Yves-Thomas Dorval, responsable des Affaires publiques chez Imperial Tobacco Canada, telles que rapportées par le journaliste William Marsden, The Gazette, 3 août 2007.

²⁴ La Banque mondiale, « Le développement à l'Œuvre ; Maîtriser l'épidémie ; L'État et les aspects économiques de la lutte contre le tabagisme », 1999.