

Lobby des producteurs de tabac : Pas de fumée sans feu !

Le lobbying est cependant plus présent et plus intensif dans certains secteurs que dans d'autres. Plus il y a d'argent qui circule dans un secteur, plus les intérêts sont importants. Et plus les intérêts sont importants, plus le lobbying gagne en intensité. C'est notamment le cas de l'industrie du tabac.

Produits chimiques, alcool, alimentation, tabac... les secteurs dans lesquels on peut s'attendre à du lobbying féroce sont évidents. Les grandes industries disposent de budgets énormes pour pouvoir peser sur la politique qui les concerne. Mais souvent, l'inverse est vrai également. Les ONG et organisations de consommateurs font aussi du lobbying mais avec nettement moins de moyens. Or, ce sont précisément ces organismes qui font des efforts pour défendre les intérêts de l'environnement, des citoyens, des consommateurs etc...

Un membre du Parlement européen a expliqué que le nombre de lobbyistes du secteur alimentaire et ceux des organisations de consommateurs impliqués dans les préparations de la directive sur l'étiquetage était de cent (!) contre un (!). La pression était tellement énorme sur les entreprises alimentaires que cela a eu un effet contre-productif pour les premiers. Trop de lobbying a provoqué la saturation de lunches gratuits, de petits cadeaux en tous genres. On devine dès lors avec quoi les représentants des viticulteurs français ont essayé de rallier les euro-parlementaires à leur cause...

Des arguments très douteux

Une de ces industries où énormément d'argent circule, est l'industrie du tabac. Le groupe de recherche Corporate Europe Observatory estime qu'il y a, au sein de l'UE, quelque 100 lobbyistes qui travaillent à temps plein pour le secteur du tabac, qui disposent d'un budget de plus de cinq millions d'euros par an. Et ils pensent qu'il ne s'agit là encore que de la partie visible de l'iceberg.⁽¹⁾

Si les producteurs de tabac admettent promptement

¹ <http://corporateeurope.org/lobbycracy/2012/11/mapping-tobacco-lobby-brussels-smoky-business>

que le tabagisme nuit à la santé, ils continuent néanmoins à s'accrocher irréfutablement à leurs marges de profit et ont une peur bleue de n'importe quelle rigidification de la réglementation. Minimiser les effets du tabagisme sur la santé comme cela se faisait par le passé n'est désormais plus possible : l'industrie du tabac s'en est bien rendu compte elle-même. Cela n'empêche qu'elle mène d'autant plus fortement la bataille sur d'autres fronts, mais avec le même objectif. Selon son raisonnement, rendre la régulation plus stricte serait néfaste pour l'économie et notamment pour les emplois. Il en résulterait également une augmentation du commerce de produits contrefaits, laissant ainsi la porte grande ouverte à l'entrée de substances nuisibles. Cela donnerait libre jeu aux contrebandiers et représenterait une perte de taxes de plusieurs millions d'euros pour le budget de l'Etat. Qu'elle est altruiste, quand même, cette industrie du tabac !

La vérité est bien sûr que chaque année, sur le plan mondial, quelque six millions de personnes meurent suite au tabagisme direct ou passif, dont 700.000 en Europe. Ces chiffres sont alarmants et incitent à l'action. Fini d'être conciliant avec une industrie qui ne fait que boycotter toute forme de décision politique en la matière. Voilà la conclusion à laquelle est arrivée l'Union Européenne en 2010, quand elle a décidé de réviser la directive tabac de 2001. Avant de passer au vrai processus légiférant, une consultation publique fut lancée à laquelle ont participé pas moins de 85.000 organisations, consommateurs ou entreprises. Sur base de ces contributions, un premier rapport volumineux fut rédigé. Diverses mesures prévues dans celui-ci ne plaisaient pas du tout au lobby du tabac.

Sans rentrer dans les détails de ce rapport ou du processus de décision, les principales mesures étaient notamment :

- le «plain packaging», rendant les paquets uniformes et non imprimés de sorte que les logos et les noms



John Dalli, membre de la CE chargé de la Santé et de la Politique des consommateurs, a démissionné suite à une enquête de l'OLAF sur une plainte présentée en mai 2012 par le producteur de tabac, Swedish Match.

- de marque n'apparaissent plus ;
- l'interdiction des divers arômes, goûts et couleurs pour rendre la cigarette moins cool pour des jeunes ;
 - la détermination obligatoire du nombre minimal de cigarettes par paquet pour garder le seuil d'achat d'un paquet de cigarettes le plus haut possible, étant donné que les paquets qui contiennent moins de cigarettes coûtent logiquement moins cher ;
 - l'interdiction de toute publicité pour des produits de tabac...

Ces mesures étaient applaudies par les ONG, mais effrayaient et indignaient l'industrie du tabac.

C'est à ce moment qu'une campagne de lobbying très audacieuse a été lancée. Le commissaire européen qui voulait transformer le rapport en directive, à savoir John Dalli, l'a su à ses dépens. Le lobby du tabac a en effet braqué ses flèches d'abord sur Dalli qui, en tant que commissaire européen de la Santé publique, était le moteur de cette révision de la directive tabac. Mais cela n'aurait pas été la seule manière pour cette puissante industrie de faire valoir son influence. Plutôt

Du côté des consommateurs

Les intérêts du consommateur sont notamment défendus, au niveau européen, par le BEUC, le Bureau Européen des Unions de Consommateurs. C'est une association qui chapeaute les organisations de consommateurs nationales et qui a quelque 35 collaborateurs qui font du lobbying au niveau européen. Ce n'est pas grand chose comparé aux moyens dont disposent d'autres secteurs, mais leur excellente expertise et leur bon travail leur permettent quand même de peser sur la politique. Heureusement !

Spécifiquement pour le secteur du tabac, il existe aussi des organisations qui défendent les intérêts du consommateur. Dans chaque Etat-membre, il existe quelques organisations qui s'occupent de ce thème. Au niveau européen, il y a par exemple The Smoke Free Partnership, une alliance entre plusieurs organisations qui est soutenue financièrement par la Commission européenne et dispose de l'équivalent de 2 collaborateurs à temps plein. Bien que la lutte ressemble à celle de David contre Goliath, ces organisations sont bien écoutées, tant sur le plan national qu'euro-péen, parce qu'elles agissent par conviction et la plupart du temps aussi parce qu'elles ont le droit de leur côté.

que de mener un lobbying direct en s'adressant directement aux parlementaires européens, elle aurait tenté d'influencer les décisions politiques de manière indirecte. Comment ?

Le lobbying indirect, appelé «framing», est une technique de persuasion bien connue dans le monde de la communication. Certains aspects d'un discours sont mis en lumière de façon particulière ; de même, les mots et les images sont décrits et expliqués de telle manière qu'une autre perception se forme implicitement. Cette perception est à peine discernable pour le lecteur et ne lui donne certainement pas le sentiment de vouloir le manipuler ou l'influencer, mais elle est choisie très précisément et tente de former notre opinion de manière inconsciente.

Ce «framing» est une technique très utilisée dans la puissante industrie du tabac. Elle dispose en effet des moyens pour investir dans la recherche et diffuse les résultats de ses actions parmi les organisations professionnelles et les «stakeholders» qui servent d'intermédiaires entre l'industrie du tabac et les parlementaires belges et européens. Que ces résultats soient «édulcorés» nous semble évident, mais tout le monde ne s'en rend pas compte. De cette manière, l'industrie crée ses propres propagandistes. C'est elle qui paie l'étude, mais ce sont des autres qui s'en servent. Tout le monde, des confédérations patronales jusqu'aux marchands de journaux, peuvent faire appel à l'industrie du tabac... et c'est ce qui a été fait amplement au cours du processus de révision de la directive tabac. Le parlementaire Groen Bart Staes a révélé (voir journal Knack du 4/9/13) qu'il avait à l'époque reçu une lettre de son libraire de quartier lui expliquant que si la Directive Tabac passait, il vendrait nettement moins de cigarettes, avec comme conséquence une perte de revenus, des difficultés de remboursement de son emprunt hypothécaire, de paiement des études de ses enfants...

C'est le libraire en personne qui a signé la lettre. Mais on peut avoir de sérieux doutes sur le fait que ce fut une initiative personnelle et isolée...

Opacité totale

Outre l'utilisation de la technique du framing, le lobbying intensif a été encore un pas plus loin en mettant le commissaire européen Dalli hors jeu. Originaire de Malte et lui-même ex-fumeur, Dalli était le moteur de la révision de la directive. C'est donc en s'adressant à lui que le lobby pouvait obtenir les meilleurs résultats. Ainsi, le producteur suédois de tabac à chi-



► quer Swedish Match a tenté d'obtenir un assouplissement de la réglementation pour le tabac qu'il commercialise. Il n'y a jamais eu d'accord entre ces deux parties, mais un collaborateur de Dalli a prétendu qu'il pouvait faire changer celui-ci d'avis en échange de 60 millions d'euros. Le producteur maintient qu'il a refusé cette offre, bien que les contacts aient été poursuivis. Quelques mois plus tard, l'entreprise suédoise Match a informé la Commission européenne de la tentative du Cabinet du commissaire européen Dalli de les « acheter ». Et des preuves indirectes ont fait que la tête de Dalli est tombée dans les six mois qui suivaient. Quelles preuves ? Le mystère n'a jamais été éclairci, même après des demandes répétées de la part de certains autres parlementaires européens. Plusieurs éléments donnent réellement l'impression que quelque chose de louche s'est passé dans cette affaire : le fait qu'aucune information sur l'enquête n'ait été communiquée, qu'il soit très rare que l'agence européenne de lutte contre les fraudes Olaf

travaille aussi rapidement et que des rencontres controversées aient eu lieu entre le lobby du tabac et le Cabinet du Président de la Commission européenne Barroso.

Tellement obscur même, qu'assez rapidement, le soupçon a émergé qu'un piège avait été soigneusement tendu à Dalli par l'industrie du tabac pour le mettre hors jeu. Or, tous les soupçons, questions et insinuations sont restés lettre morte. Selon des documents sur lesquels un journal britannique a su mettre la main, Philip Morris International (PMI, quasiment le plus grand des géants du secteur du tabac) avait en 2012 pas moins de 161 lobbyistes qui travaillaient sur ce dossier (cela donne quand même à réfléchir si les chiffres officiels ne parlent que de 100 lobbyistes, non ?). 233 parlementaires ont été contactés et plus de 1,25 millions de livres sterling ont été dépensé au lobbying en une année. La directive tabac subissait de nombreuses manœuvres de ralentissement et ne fut votée finalement qu'à la fin de 2013.

Les principales mesures de la nouvelle directive Tabac adoptée fin 2013⁽¹⁾ :

- 65% de la superficie (recto et verso) de l'emballage de cigarettes et de tabac à rouler est couverte par une image et du texte qui avertit des conséquences nocives du tabagisme. Chaque emballage de tabac à rouler prévoit désormais de l'information sur les aides pour arrêter de fumer (p.ex. numéro de téléphone, adresse mail ou site internet).
- Un paquet de cigarettes contient 20 cigarettes au minimum et un paquet de tabac à rouler contient 30 g au minimum.
- L'ajout d'arômes ou d'additifs tels que vanille, girofle, fruits, chocolat, vitamines, caféine et taurine, colorants et substances qui facilitent l'absorption de la nicotine est dorénavant interdit.
- Le menthol sera interdit après une période de transition de 4 ans.
- Les cigarettes électroniques (à la nicotine) doivent répondre à des critères stricts de sécurité et de qualité. Sur l'emballage d'une cigarette électronique doit apparaître un avertissement de santé ainsi que des informations détaillées sur la nature et le contenu du produit.
- Des Etats-membres peuvent prendre l'initiative de rendre l'emballage de cigarettes uniforme et neutre, sans aucune référence à la marque ou au logo de la marque (= plain packaging).

1 Pour plus d'infos : lisez http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-14-134_fr.htm

Ralentir la procédure administrative autour de la nouvelle directive tabac était un objectif en soi pour l'industrie du tabac. En effet, avec le processus de décision pesant, la présidence alternante, les élections européennes en mai 2014, ... elle aurait facilement pu obtenir quelques années de report, et dans ce secteur cela représente un profit de quelques milliards d'euros.

La directive tabac a subi de nombreuses manœuvres de ralentissement et ne fut votée finalement qu'à la fin de 2013. (voir encadré)

Le lobby du tabac a-t-il réussi son coup ou le bon sens a-t-il gagné ? On ne le saura jamais. Le commissaire européen Dalli a-t-il effectivement demandé 60 millions d'euros en échange d'une adaptation de la nouvelle directive tabac ou est-ce le lobby du tabac qui a compromis son nom ? Cette histoire sent-elle le roussi ? Absolument. Car une chose est certaine quand on a affaire au secteur du tabac, il n'y a pas de fumée sans feu !

Pieter-Jan De Koning,
responsable du département Recherche au CRIOC