

# Table

---

Préface – L’ingérence de l’industrie du tabac : pourquoi et comment s’en protéger ?.....	7
Synthèse.....	15
Introduction.....	25
<b>Etudes documentaires</b> .....	29
<b>1. Revue de la littérature</b> .....	31
Une légitimité à agir : les caractéristiques de l’industrie du tabac et de ses produits.....	31
Les différentes modalités d’interférence de l’industrie du tabac.....	33
<b>2. Etude des documents internes</b> .....	65
Un lobby qui s’est intensifié à partir des années 1990.....	65
Une industrie qui fait front commun.....	66
Anticiper les moments-clés et influencer la recherche.....	82
Les attaques contre les associations de lutte contre le tabagisme.....	90
La mise en place d’associations de défense des droits des fumeurs.....	91
<b>Investigations</b> .....	95
<b>1. L’influence sur le pouvoir exécutif et législatif</b> .....	97
Un lobbying direct.....	98
Un lobbying indirect.....	111
Les étapes du lobbying de l’industrie du tabac.....	116
Cas d’école – Le lobby mis en place par les fabricants et leurs alliés pour contrer la mesure des paquets neutres.....	127
<b>2. Le lobbying à l’encontre du projet de directive européenne sur les produits du tabac</b> .....	129
Le Dalligate ou comment essayer d’empêcher la Commission de publier son projet de directive.....	130

Les documents internes de Philip Morris International dévoilent sa stratégie à l'encontre de la directive européenne sur les produits du tabac .....	132
<b>3. Les invitations à des évènements.....</b>	<b>143</b>
Les « programmes d'hospitalité » .....	143
Le cas du Club des Parlementaires Amateurs de Havanes .....	148
Le Networking Business Club, un « club de réflexion » pour servir les intérêts de l'industrie du tabac .....	152
<b>4. La stratégie de la Confédération des buuralistes.....</b>	<b>161</b>
Une organisation structurée sur l'ensemble de la métropole .....	161
Une organisation qui joue sur les valeurs de proximité.....	165
Une profession massivement aidée contrairement à d'autres secteurs dont la légitimité est bien plus réelle .....	167
Il existe un conflit fondamental et inconciliable entre les intérêts des buuralistes et ceux des politiques de santé publique .....	170
Nier l'efficacité des mesures de santé publique, et proposer des mesures sans effet sur la consommation .....	175
La Confédération des buuralistes, porte-parole de l'industrie du tabac	177
Une organisation financée par l'industrie du tabac .....	179
Les mêmes méthodes de lobby que les cigarettiers .....	180
Un discours de victimisation .....	206
Gestion et communication de crise .....	209
<b>5. La responsabilité sociale des entreprises et actions de philanthropie de l'industrie du tabac .....</b>	<b>227</b>
Le monde des arts et de la culture .....	228
La lutte contre la pauvreté et la mise en place de programmes d'alphabétisation.....	233
L'entraide et l'action sociale.....	234
La lutte contre les violences faites aux femmes.....	235
Le soutien à la cause du handicap.....	236
L'aide à l'entrepreneuriat.....	237
La lutte pour la protection de l'environnement.....	238
La gestion du personnel des fabricants de tabac, instrumentalisée comme action de relations publiques.....	239

<b>6. La lutte contre le commerce illicite</b> .....	241
Une confusion terminologique délibérément entretenue .....	242
Grossir le phénomène pour déplacer en permanence le problème de santé publique .....	245
Un domaine que s'est arrogé l'industrie du tabac .....	249
Des données qui proviennent des cigarettiers... et qui sont critiquables sur un plan scientifique .....	249
Le commerce illicite : un problème confié aux fabricants bien qu'ils en soient, au moins partiellement, à l'origine ou partie prenante .	256
Un rapport d'information pour « institutionnaliser » les positions des fabricants et en faire des données incontournables et incontestables .....	260
Des colloques et campagnes de communication pour mieux diffuser les positions des fabricants .....	264
Des revendications relayées par des élus .....	268
Des alliances avec d'autres industries instrumentalisées comme porte-voix .....	272
<b>7. L'intrusion dans le monde de la recherche</b> .....	275
L'institut du Cerveau et de la Moelle Epinière (ICM) .....	275
L'Association pour la Recherche sur les Nicotianées (ARN) .....	284
BioSyntec (recherche et développement sur la filtration de la fumée) .....	287
L'enquête du CNCT .....	288
<b>8. La désinformation des journalistes et du grand public</b> .....	291
Le cas du site <i>Le Monde du Tabac</i> .....	292
L'affaire Jacques Tati.....	303
La désinformation au travers de la communication d'un lobbyiste..	307
<b>9. Une forte acceptabilité sociale du tabagisme entretenue par les leaders d'opinion</b> .....	321
Une pensée façonnée à l'origine par l'industrie du tabac .....	323
Mourir du tabac, un tabou ?.....	325
Le monde de la recherche .....	329
Le monde du cinéma et des arts .....	330
Les intellectuels.....	331
Le monde politique .....	335

<b>10. Les écoles et universités</b> .....	339
La formation des élites .....	339
Des contacts privilégiés avec les anciens étudiants .....	343
Une communication autour des recrutements dans les journaux étudiants.....	347
<b>11. Les organisations écrans</b> .....	351
L'Union pour les Droits des Fumeurs Adultes.....	351
La Confrérie de Jean Nicot.....	359
<b>12. Bref aperçu du positionnement stratégique différentiel des fabricants</b> .....	365
Philip Morris ou la volonté d'apparaître comme le fabricant modèle.	366
British American Tobacco : le fabricant qui se considère au dessus des lois.....	367
Seita-Imperial Tobacco : l'incarnation des liens Fabricants-Débitants- Douanes-Budget.....	368
Japan Tobacco International : l'acteur qui monte ?.....	370
<b>Conclusions et recommandations</b> .....	373
Une vue d'ensemble des stratégies des fabricants : mapping .....	373
Les recommandations et les dispositions applicables à la France.....	376
Les suites à donner à cet ouvrage .....	380
<b>Annexes</b> .....	381
Liste des encadrés, figures et tableaux .....	381
Références bibliographiques complémentaires.....	385
Courrier du Networking Business Club - Seita Imperial Tobacco à destination des assistants parlementaires.....	391
Illustrations de questions écrites sur les revendications des buralistes	393
Index.....	403
Principaux sigles utilisés .....	417