

Cinquième rapport de la Commission B

(Projet)

La Commission B a tenu sa neuvième séance le 9 février 2024, sous la présidence du D^r Mansour Zafer Alqahtani (Arabie saoudite).

La Commission B recommande à la Conférence des Parties d'adopter les décisions ci-jointes relatives aux points suivants de l'ordre du jour :

6. Instruments d'application du traité et questions techniques

6.2 Publicité en faveur du tabac, promotion et parrainage : représentation du tabac dans les médias de divertissement : rapport du Groupe de travail

Une décision intitulée :

- Directives spécifiques sur la publicité en faveur du tabac, la promotion et le parrainage transfrontières et la représentation du tabac dans les médias de divertissement aux fins de l'application de l'article 13 (Publicité en faveur du tabac, promotion et parrainage)

8. Questions budgétaires et institutionnelles

8.6 Amendements éventuels au Règlement intérieur de la Conférence des Parties

Une décision, telle qu'amendée, intitulée :

- Amendements au Règlement intérieur de la Conférence des Parties

8.2 Projet de plan de travail et de budget pour l'exercice 2024-2025

Une décision, telle qu'amendée, intitulée :

- Plan de travail et budget pour l'exercice 2024-2025

Point 6.2 de l'ordre du jour

Directives spécifiques sur la publicité en faveur du tabac, la promotion et le parrainage transfrontières et la représentation du tabac dans les médias de divertissement aux fins de l'application de l'article 13 (publicité en faveur du tabac, promotion et parrainage)

La Conférence des Parties,

Rappelant l'article 13 (Publicité en faveur du tabac, promotion et parrainage) de la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac ;

Rappelant également les *Directives pour l'application de l'article 13* de la Convention-cadre de l'OMS adoptées par la Conférence des Parties à sa troisième session dans la décision FCTC/COP3(12) ;

Rappelant par ailleurs l'article 12 de la Convention-cadre de l'OMS (Éducation, communication, formation et sensibilisation du public) et les directives pour l'application de cet article adoptées par la Conférence des Parties à sa quatrième session (FCTC/COP4(7)) ;

Réaffirmant le onzième alinéa du préambule de la Convention-cadre de l'OMS, qui souligne les sérieuses préoccupations quant aux effets de toutes les formes de publicité, de promotion et de parrainage visant à encourager l'usage des produits du tabac ;

Réaffirmant également la décision FCTC/COP8(18) sur la protection des politiques de santé publique relatives à la lutte antitabac des intérêts commerciaux et autres de l'industrie du tabac conformément à l'article 5.3 de la Convention-cadre de l'OMS ;

Reconnaissant que les sociétés productrices de tabac et ceux qui s'attachent à promouvoir leurs intérêts ont de plus en plus recours aux plateformes de communication numériques pour la publicité en faveur du tabac, la promotion et le parrainage et pour s'ingérer dans l'élaboration et la mise en œuvre des mesures de lutte antitabac ;

Réaffirmant la décision FCTC/COP8(22) rappelant aux Parties d'appliquer des mesures concernant la publicité, la promotion et le parrainage en faveur des produits du tabac nouveaux et émergents, conformément à l'article 13 de la Convention-cadre de l'OMS ;

Réaffirmant également la décision FCTC/COP7(9) invitant les Parties à envisager d'appliquer des mesures réglementaires telles que celles visées dans le document FCTC/COP/7/11 pour interdire ou limiter la fabrication, l'importation, la distribution, la présentation, la vente et l'utilisation des inhalateurs électroniques contenant ou non de la nicotine, en fonction de leurs lois nationales et de leurs objectifs en matière de santé publique ;

Rappelant la décision FCTC/COP7(5) intitulée « Publicité en faveur du tabac, promotion et parrainage : représentation du tabac dans les médias du divertissement », par laquelle la Conférence des Parties à la Convention-cadre de l'OMS a prié le Secrétariat de la Convention de créer un groupe d'experts qui a fait rapport à la Conférence des Parties à ce sujet ;

Ayant examiné les recommandations formulées par le Groupe d'experts sur la publicité en faveur du tabac, la promotion et le parrainage : représentation du tabac dans les médias du divertissement dans son rapport figurant dans le document FCTC/COP/8/7 ;

Reconnaissant que le paysage des médias de divertissement a considérablement évolué depuis l'adoption des *Directives pour l'application de l'article 13* ;

Reconnaissant par ailleurs que l'accès aux médias de divertissement est de plus en plus numérique et que ceux-ci sont de plus en plus disponibles sur Internet, la création, la production, la fourniture et la consommation dépassant de plus en plus les frontières nationales ;

Reconnaissant en outre que l'évolution du paysage médiatique s'est accompagnée de changements dans les stratégies de commercialisation, les consommateurs, y compris les jeunes, interagissant avec les entreprises selon de nouvelles modalités, de telle manière que leur exposition au marketing et le pouvoir du marketing peuvent être renforcés ;

Sachant que dans ce contexte, la publicité en faveur du tabac, la promotion et le parrainage mettent désormais notamment l'accent sur les canaux de commercialisation numériques tels que les médias sociaux, ce qui accroît l'exposition des adolescents et des jeunes au marketing du tabac ;

Sachant également qu'il a été constaté que tous les contenus proposés par les médias de divertissement, tels que les films, les vidéoclips, les vidéos en ligne, les émissions de télévision, les services de streaming, les posts sur les réseaux sociaux, les jeux vidéo et les applications pour téléphone portable, représentent le tabagisme et les produits du tabac et en font la promotion d'une manière susceptible d'encourager les jeunes à commencer à fumer ;

Reconnaissant que dans ce contexte, les communications commerciales, y compris les représentations commerciales des produits du tabac par les consommateurs et d'autres personnes, peuvent être faussement présentées comme des expressions légitimes conformément aux dispositions des *Directives pour l'application de l'article 13*, et que la distinction entre communication commerciale et expression légitime pose des difficultés pour l'application des interdictions et des restrictions visant la publicité en faveur du tabac, la promotion et le parrainage ;

Reconnaissant également que dans certaines circonstances, les approches conventionnelles d'interdiction ou de restriction de la publicité en faveur du tabac, de la promotion et du parrainage devraient être renforcées au moyen de nouvelles lois nationales ou de l'application plus rigoureuse des lois existantes ;

Reconnaissant par ailleurs que l'application d'interdictions globales ou de restrictions transfrontières visant la publicité en faveur du tabac, la promotion et le parrainage est la plus efficace lorsqu'elle repose sur la coopération internationale ;

Rappelant la décision FCTC/COP8(17) intitulée « Publicité en faveur du tabac, promotion et parrainage : représentation du tabac dans les médias de divertissement », dans laquelle la Conférence des Parties a décidé de créer un groupe de travail intersessions pour élaborer des directives spécifiques sans examiner les *Directives pour l'application de l'article 13* ;

Rappelant également que dans sa décision FCTC/COP8(17), la Conférence des Parties a déterminé que les *Directives pour l'application de l'article 13* restent pleinement applicables et ne doivent pas être examinées,

1. DÉCIDE d'adopter les directives spécifiques pour traiter la publicité, la promotion et le parrainage transfrontières et la représentation du tabac dans les médias de divertissement aux fins de l'application de l'article 13 de la Convention-cadre de l'OMS figurant en annexe à la présente décision ;

2. APPELLE les Parties :

- a) à appliquer intégralement l'article 13 de la Convention, conformément aux paragraphes 2 et 3 dudit article ;
- b) à veiller à ce que la mise en œuvre et l'application de l'article 13 au niveau national suivent l'évolution du paysage médiatique et des méthodes de commercialisation en assurant le suivi et l'évaluation de l'efficacité de mise en œuvre et d'application ;
- c) à échanger des informations de manière à aider les autres Parties en matière d'application transfrontières, le cas échéant, y compris dans le contexte des canaux numériques, notamment en collaborant afin :
 - i) d'accroître l'étendue et la portée de la surveillance de la publicité en faveur du tabac, de la promotion et du parrainage transfrontières de manière à tenir compte des données relatives aux pays/régions conformément aux principes constitutionnels et à la législation nationale ;
 - ii) de coopérer à la mise au point de technologies et d'autres moyens nécessaires pour faciliter l'élimination ou la restriction de la publicité, de la promotion et du parrainage transfrontières ;
 - iii) de mettre au point des mécanismes de notification régulière entre les Parties afin de faciliter l'élimination de la publicité, de la promotion et du parrainage transfrontières, en particulier lorsque les Parties sont des pays voisins, ont une langue commune ou partagent d'une autre manière les contenus médiatiques ;
 - iv) de mettre en commun les coordonnées des autorités indépendantes compétentes en matière de surveillance et d'application des lois relatives à la publicité en faveur du tabac, à la promotion et au parrainage et à leur confier les pouvoirs et les ressources nécessaires, tel que recommandé dans les *Directives pour l'application de l'article 13* ; et
 - v) de surveiller les progrès et l'évolution des technologies de communication, de la consommation de médias de divertissement et des stratégies de commercialisation concernant l'ensemble des produits du tabac (y compris les produits du tabac nouveaux et émergents), les inhalateurs électroniques contenant ou non de la nicotine et les produits à base de nicotine autres que les médicaments approuvés ;

3. DÉCIDE ÉGALEMENT que les directives spécifiques s'appliquent en sus des *Directives pour l'application de l'article 13* et ne s'y substituent pas ni ne les modifient ;

4. PRIE le Secrétariat de la Convention de poursuivre ses efforts en vue de fournir une assistance technique et des supports pour aider les Parties à appliquer l'article 13.

ANNEXE 1

**DIRECTIVES SPÉCIFIQUES POUR TRAITER LA PUBLICITÉ, LA PROMOTION
ET LE PARRAINAGE TRANSFRONTIÈRES ET LA REPRÉSENTATION DU
TABAC DANS LES MÉDIAS DE DIVERTISSEMENT, AUX FINS DE
L'APPLICATION DE L'ARTICLE 13 DE LA CONVENTION-CADRE DE L'OMS¹**

TITRE

INTRODUCTION

BUT

But des directives spécifiques

ÉNONCÉ DE PRINCIPES ET APPLICATION PERTINENTE

Principes

Application

RECOMMANDATIONS

SURVEILLANCE ET APPLICATION

APPENDICE

Liste indicative (non exhaustive) des formes de publicité, de promotion et de parrainage transfrontières sur les plateformes de communication des médias numériques et de représentation du tabac dans les médias de divertissement.

¹ Conformément à la décision FCTC/COP8(17), les directives pour l'application de l'article 13 de la Convention-cadre de l'OMS restent pleinement applicables.

DIRECTIVES SPÉCIFIQUES POUR TRAITER LA PUBLICITÉ, LA PROMOTION ET LE PARRAINAGE TRANSFRONTIÈRES ET LA REPRÉSENTATION DU TABAC DANS LES MÉDIAS DE DIVERTISSEMENT AUX FINS DE L'APPLICATION DE L'ARTICLE 13 DE LA CONVENTION-CADRE DE L'OMS¹

INTRODUCTION

1. L'article 13 de la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac oblige les Parties à instaurer une interdiction globale de toute publicité en faveur du tabac et de toute promotion et de tout parrainage du tabac (article 13.2) ou, lorsqu'une Partie est dans l'incapacité d'instaurer une interdiction globale du fait de sa constitution ou de ses principes constitutionnels, à imposer des restrictions à toute publicité en faveur du tabac et à toute promotion et tout parrainage du tabac (article 13.3).

2. Les principaux termes utilisés dans l'article 13 sont définis à l'article premier de la Convention. Selon la définition de l'article 1.c), « publicité en faveur du tabac et promotion du tabac » s'entendent de « toute forme de communication, recommandation ou action commerciale ayant pour but, effet ou effet vraisemblable de promouvoir directement ou indirectement un produit du tabac ou l'usage du tabac ». Selon la définition de l'article 1.g), « parrainage du tabac » s'entend de « toute forme de contribution à tout événement, activité ou personne, ayant pour but, effet ou effet vraisemblable de promouvoir directement ou indirectement un produit du tabac ou l'usage du tabac ».

3. En 2008, à sa troisième session, la Conférence des Parties a adopté les *Directives pour l'application de l'article 13* afin d'aider les Parties à donner suite à leurs obligations en vertu de cet article. Les *Directives pour l'application de l'article 13* recensent les formes de publicité en faveur du tabac, de promotion et de parrainage que les interdictions globales devraient couvrir.

4. Les *Directives pour l'application de l'article 13* traitent de la publicité, de la promotion et du parrainage transfrontières du tabac. Elles recommandent (au paragraphe 21) d'interdire les ventes de produits du tabac sur Internet, car elles impliquent intrinsèquement la publicité en faveur du tabac et la promotion du tabac. De manière plus générale, les directives recommandent ce qui suit (au paragraphe 52) :

« Les Parties ayant adopté une interdiction globale ou des restrictions concernant la publicité en faveur du tabac, la promotion et le parrainage devraient veiller à ce que la publicité en faveur du tabac, la promotion et le parrainage transfrontières à partir de leur territoire soient interdits ou restreints de la même manière que la publicité, la promotion et le parrainage sur le plan interne. Les Parties devraient utiliser leur droit souverain de prendre des mesures efficaces pour limiter ou éviter toute publicité en faveur du tabac, promotion et parrainage transfrontières à l'entrée sur leur territoire, en provenance de Parties qui ont adopté des restrictions ou de non Parties, étant entendu que dans certains cas des mesures efficaces devront être prévues dans un protocole. »

5. Concernant la représentation du tabac dans les médias de divertissement, les *Directives pour l'application de l'article 13* recommandent ce qui suit (au paragraphe 31) :

« Les Parties devraient prendre des mesures particulières concernant la représentation du tabac dans les produits des médias du divertissement, notamment exiger une attestation qu'aucun

¹ Conformément à la décision FCTC/COP8(17), les directives pour l'application de l'article 13 de la Convention-cadre de l'OMS restent pleinement applicables.

avantage n'a été reçu pour une représentation du tabac, en interdisant l'utilisation de marques du tabac ou d'illustrations reconnaissables, en exigeant des publicités antitabac et en appliquant un système de notation ou de classement tenant compte des représentations du tabac. »

6. Bien que les Parties aient déjà interdit de nombreuses formes de publicité en faveur du tabac, de promotion et de parrainage – notamment à la télévision, à la radio, dans la presse écrite et en extérieur – de nouveaux canaux et de nouvelles méthodes sont désormais utilisés. Ces canaux et méthodes ne sont pas nécessairement aussi bien réglementés, par exemple parce que les lois sur la lutte antitabac ne sont pas rédigées ou interprétées de manière suffisamment large pour couvrir les plateformes de communication des médias numériques et les méthodes associées, ou en raison de difficultés perçues ou réelles s'agissant de surveiller ou de faire respecter la réglementation sur les plateformes de communication des médias numériques.

7. Depuis l'adoption des *Directives pour l'application de l'article 13*, on observe une expansion des médias de divertissement numériques transfrontières, notamment du fait de la généralisation de l'accès à Internet, des réseaux sociaux, des smartphones, ainsi que de l'accès à des vidéos, films et jeux numériques. Ces formes de médias numériques sont utilisées aux fins de la publicité en faveur du tabac, de la promotion et du parrainage. La publicité, la promotion et le parrainage dans les médias numériques peuvent générer une exposition considérable, en particulier parmi les jeunes. Le pouvoir de la publicité en faveur du tabac, de la promotion et du parrainage est en outre renforcé par les plateformes de communication des médias numériques du fait que les utilisateurs peuvent créer du contenu, y réagir et interagir avec ce contenu, et l'approuver publiquement.

8. Par ailleurs, depuis l'adoption des *Directives pour l'application de l'article 13*, les marchés des produits du tabac nouveaux et émergents se sont développés. Sachant que certaines Parties ont choisi d'interdire ces produits, ils posent des défis particuliers pour l'application d'interdictions et de restrictions en matière de publicité, de promotion et de parrainage. Dans de nombreux pays et territoires, la publicité en faveur des dispositifs conçus principalement – et dans la plupart des cas, exclusivement – pour permettre la consommation de ces produits du tabac et la promotion de ces dispositifs sont largement répandues et sont souvent présentes sur les plateformes de communication des médias numériques transfrontières. Toute publicité en faveur d'un dispositif ou toute promotion d'un dispositif dont la fonction consiste à permettre la consommation d'un produit du tabac aurait pour objectif ou comme effet direct ou indirect de faire la publicité ou la promotion du produit du tabac en question.

BUT

But des directives spécifiques

9. Les présentes directives spécifiques ont pour but de compléter les *Directives pour l'application de l'article 13* et d'aider plus avant les Parties à donner suite à leurs obligations en vertu de l'article 13 de la Convention-cadre de l'OMS. Elles s'appuient sur les meilleures données factuelles disponibles et sur l'expérience des Parties qui ont réussi à mettre en œuvre des mesures efficaces pour traiter la publicité en faveur du tabac, la promotion et le parrainage. Elles donnent aux Parties des orientations pour l'introduction et l'application d'une interdiction globale de la publicité en faveur du tabac, de la promotion et du parrainage ou, dans le cas des Parties qui sont dans l'incapacité d'instaurer une interdiction globale du fait de leur Constitution ou de leurs principes constitutionnels, pour l'imposition de restrictions aussi complètes que possible à la publicité en faveur du tabac, à la promotion et au parrainage. À cette fin, les directives spécifiques fournissent des orientations quant aux manières d'interdire de manière efficace et globale la publicité en faveur du tabac, la promotion et le parrainage ou d'imposer des restrictions en la matière au vu du recours croissant à des canaux et des médias numériques transfrontières.

10. Aucune disposition des présentes directives spécifiques ne porte atteinte aux *Directives pour l'application de l'article 13* ni ne les modifie. Les présentes directives spécifiques s'appliquent en sus des *Directives pour l'application de l'article 13*, elles ne s'y substituent en aucune manière.

ÉNONCÉ DE PRINCIPES ET APPLICATION PERTINENTE

Principes

11. L'efficacité des efforts visant à éliminer la publicité en faveur du tabac, la promotion et le parrainage transfrontières dépend avant tout du caractère global des interdictions et/ou des restrictions visant la publicité, la promotion et le parrainage et de leur application sur le territoire de chaque Partie conformément à l'article 13 de la Convention-cadre de l'OMS.

12. L'application sur le territoire de chaque Partie peut être facilitée par la coopération internationale étant donné que des mesures d'application concertées peuvent s'avérer plus efficaces et éviter les doubles emplois, en particulier lorsqu'il s'agit de réglementer les médias de divertissement numériques, qui sont généralement transfrontières par nature. Des mesures d'application fermes prises dans le pays source sont la manière la plus efficace d'éliminer la publicité, la promotion et le parrainage transfrontières.

13. La société civile a un rôle crucial à jouer pour garantir que les mesures visant la publicité en faveur du tabac, la promotion et le parrainage sont correctement mises en œuvre, suivies et respectées, notamment en surveillant, en identifiant et en rendant compte de la représentation du tabac dans les médias de divertissement et sur les plateformes de communication des médias numériques. Il convient d'éviter les conflits d'intérêts, notamment avec l'industrie du tabac ou ses représentants.

Application

14. Les plateformes de communication des médias numériques comprennent des espaces en ligne accessibles par Internet où les utilisateurs peuvent publier, acheter, consulter, partager, créer, télécharger, diffuser en direct du contenu (pouvant inclure toute forme de support électronique, par exemple des fichiers vidéo ou audio et des images numériques, des médias sociaux, des applications, des jeux, des pages Web et des médias interactifs) et interagir avec ces contenus.

15. Les plateformes de communication des médias numériques peuvent contenir diverses formes de représentation du tabac pouvant constituer de la publicité, de la promotion ou du parrainage dans le contexte juridique de chaque Partie, notamment les suivantes :

- a) contenus financés directement ou indirectement par l'industrie du tabac ou ceux qui s'attachent à promouvoir ses intérêts ;
- b) financement direct ou indirect de particuliers par l'industrie du tabac ou ceux qui s'attachent à promouvoir ses intérêts ayant pour but ou effet vraisemblable de promouvoir un produit du tabac ou l'usage du tabac ;
- c) représentations de produits du tabac ou du tabagisme qui constituent de la publicité, de la promotion ou du parrainage dans des contenus de plateformes de médias numériques dans quelque mesure que ce soit (qu'il y ait ou non participation de l'industrie du tabac) ; et

- d) publicité ou promotion en ligne de produits du tabac ou du tabagisme sur les plateformes de communication des médias numériques.

RECOMMANDATIONS

16. En vertu des *Directives pour l'application de l'article 13*, toute Partie dont la Constitution et les principes constitutionnels imposent des contraintes concernant l'application d'une interdiction globale devrait, en vertu de l'article 13.3 de la Convention, appliquer des restrictions aussi globales que ces contraintes le permettent.

17. Les interdictions globales* de la publicité en faveur du tabac, de la promotion et du parrainage devraient s'appliquer à tous les types de médias, y compris les plateformes de communication des médias numériques, conformément à la législation nationale.

18. L'application efficace des interdictions visant la publicité en faveur du tabac, la promotion et le parrainage* peut être renforcée si les Parties travaillent en collaboration et de manière systématique pour surveiller, identifier, supprimer ou empêcher les activités transfrontières entrantes et sortantes de publicité, de promotion et de parrainage et celles qui se déroulent sur les plateformes de communication des médias numériques. Il devrait notamment y avoir coopération entre les Parties pour renforcer les interdictions et leur application.

19. Les Parties devraient élaborer ou mettre en œuvre plus avant des lois, des réglementations ou des mesures administratives visant à réduire les représentations du tabac dans les médias de divertissement.

20. Les Parties peuvent choisir de ne pas fournir d'exonérations fiscales, d'incitations à la production ou de subventions pour tout produit ou service de divertissement enfreignant la législation nationale relative à la publicité, à la promotion et au parrainage du tabac ou de retirer les exonérations, les incitations et les subventions existantes.

21. Les Parties sont encouragées à consulter l'industrie des médias ou à travailler avec elle pour réduire les représentations du tabac dans les médias de divertissement, tout particulièrement dans les contenus consommés par les jeunes et les adolescents. Mobiliser les parties prenantes en dehors du secteur de la santé contribuera à mieux faire comprendre l'incidence de la représentation du tabac sur l'initiation au tabagisme.

22. Les Parties devraient imposer aux plateformes de communication des médias numériques d'appliquer les interdictions de publicité en faveur du tabac, de promotion et de parrainage et d'adopter des mesures conformes à leur législation nationale afin d'empêcher la publication de tout contenu constituant de la publicité en faveur du tabac, de la promotion ou du parrainage par l'intermédiaire de divers comptes et canaux. Ces interdictions devraient viser toutes les plateformes de communication des médias numériques.

23. Les interdictions globales* de la publicité, de la promotion et du parrainage des produits du tabac nouveaux et émergents devraient, conformément à la législation nationale, inclure les dispositifs ayant pour fonction d'en permettre la consommation.

* Ou restrictions, lorsqu'une Partie est dans l'incapacité d'instaurer une interdiction globale du fait de sa constitution ou de ses principes constitutionnels, conformément à l'article 13.3 de la Convention-cadre de l'OMS.

24. Les Parties devraient veiller à ce que les interdictions globales de publicité, de promotion et de parrainage et leur application fassent partie intégrante des efforts visant à protéger les jeunes en ligne et à promouvoir un Internet plus sûr.

SURVEILLANCE ET APPLICATION

25. Selon les *Directives pour l'application de l'article 13*, les Parties devraient introduire et appliquer des sanctions efficaces, proportionnées et dissuasives. Si elles n'en disposent pas encore, les Parties devraient désigner une autorité indépendante, compétente, chargée de surveiller et d'appliquer la loi et lui confier les pouvoirs et les ressources nécessaires. La société civile devrait être associée à la surveillance et à l'application de la loi et pouvoir engager une action judiciaire. Les efforts de surveillance devraient également être axés sur les avancées réalisées en matière de technologies de communication et l'évolution de la consommation de médias de divertissement.

26. Sachant que dans les *Directives pour l'application de l'article 13*, les hôtes sont définis comme des entités responsables, et sans déroger aux obligations juridiques générales à imposer aux hôtes conformément à ces directives, des obligations particulières devraient leur être imposées, en vertu de la législation nationale, afin qu'ils identifient toute publicité en faveur du tabac, toute promotion et tout parrainage et les suppriment au moins lorsqu'ils ont été mis au courant de leur existence.

27. *Stratégies transfrontières nouvelles*. Lorsque les efforts de surveillance ont mené à la détection de nouvelles technologies de communication et de changements généralisés dans les médias de divertissement, des mesures supplémentaires devraient être envisagées par les Parties en vue d'interdire** la publicité en faveur du tabac, la promotion et le parrainage transfrontières. Les Parties devraient envisager de réglementer les stratégies et initiatives nouvelles sans préjudice de l'application des dispositions de l'article 13, des directives pour l'application de cet article et des directives spécifiques. Les Parties devraient promouvoir et faciliter les recherches sur l'incidence des stratégies nouvelles de publicité, de promotion et de parrainage transfrontières sur la normalisation de la consommation de produits du tabac, ainsi que sur l'influence de ces stratégies sur l'initiation et la consommation, en particulier sur les jeunes et les minorités.

** Ou de restreindre, lorsqu'une Partie est dans l'incapacité d'instaurer une interdiction globale du fait de sa constitution ou de ses principes constitutionnels, conformément à l'article 13.3 de la Convention-cadre de l'OMS.

Appendice

On trouvera ci-après une liste indicative (non exhaustive) illustrant les formes de publicité en faveur du tabac, de promotion et de parrainage transfrontières sur les plateformes de communication des médias numériques et la représentation du tabac dans les médias de divertissement, qui peuvent varier d'une Partie à l'autre et peuvent être catégorisées différemment dans différents territoires et pays.

Exemples de publicité en faveur du tabac, de promotion et de parrainage dans les différents types de médias

1. Les plateformes de partage de médias numériques offrent à l'industrie du tabac une plateforme supplémentaire où promouvoir ses produits et saper les stratégies de lutte antitabac. La publicité en faveur du tabac, la promotion et le parrainage sur ces sites peuvent notamment prendre les formes suivantes :

- a) *Promotion directe des produits par l'intermédiaire de publicités payantes.* Ce type de promotion directe est souvent signalé par la mention « Parrainage payant », « Partenariat rémunéré » ou « #ad ».
- b) *Promotions d'influenceurs.* Les entités de l'industrie du tabac ou ceux qui s'attachent à promouvoir leurs intérêts encouragent ou parrainent des personnes pour qu'elles mettent en ligne des contenus présentant leurs marques. Les influenceurs des médias sociaux sont souvent formés sur les marques à promouvoir, sur le meilleur moment pour publier leurs posts en vue de leur assurer une exposition maximale et sur les moyens d'éviter que le contenu publié ait l'air d'une publicité mise en scène. Les entités de l'industrie du tabac ou ceux qui s'attachent à promouvoir leurs intérêts organisent des fêtes et des concours avec le parrainage de marques et encouragent les participants à publier des posts sur leurs comptes dans les médias sociaux. Les influenceurs et les particuliers ont souvent pour consigne d'inclure des hashtags spécifiques lorsqu'ils font la promotion de produits dans leurs publications sur les réseaux sociaux.
- c) *Promotions commerciales de publications de consommateurs sur leur propre consommation de tabac.* Les consommateurs de produits du tabac peuvent partager des contenus mettant en scène la consommation de tabac et peuvent également commenter directement des contenus qui font l'éloge du tabagisme ou recommandent des marques ou des produits en particulier. Selon le contexte, cela peut constituer une expression légitime. D'autres parties travaillant dans l'intérêt de l'industrie du tabac peuvent alors décider d'accroître la portée de ces contenus en payant les plateformes de communication des médias numériques pour les diffuser à d'autres publics, transformant ainsi ces messages d'expression personnelle et légitime en promotions commerciales.
- d) *Promotion d'événements.* Les participants ou les équipes prenant part à un événement sont parrainés par des sociétés productrices de tabac et des médias sociaux, et les plateformes de partage audiovisuel diffusent l'événement et/ou les images de l'événement. Certains événements sportifs majeurs, tels que les courses automobiles, peuvent avoir une portée mondiale du fait de leur large diffusion, y compris dans les médias traditionnels.
- e) *Promotions d'entreprise et de campagne.* Les sociétés productrices de tabac ou ceux qui s'attachent à promouvoir leurs intérêts font la promotion d'une marque d'entreprise ou de campagne plutôt que d'une marque de produit du tabac et gèrent des comptes sur les médias sociaux qui en font la promotion. Les campagnes et actions de promotion d'entreprise présentent les sociétés productrices de tabac comme des acteurs innovants et socialement responsables, et

dépeignent souvent les nouveaux produits du tabac comme des options moins nocives que les cigarettes traditionnelles, dans bien des cas en dépit de l'absence de données scientifiques indépendantes étayant ces revendications.

f) *Représentations du tabagisme intégrées dans un contenu commercial lorsque ces représentations ne constituent pas une expression légitime.* Bien que la plupart des contenus dans les médias sociaux ne soient pas de nature commerciale, les contenus à visée commerciale drainent un grand nombre d'utilisateurs (par exemple, les vidéoclips, les courts métrages, les webséries, etc.) ou sont liés à un créateur de contenus qui génère des revenus à partir du trafic des utilisateurs et de l'achat par ces derniers des produits mis en avant. Les vidéoclips, par exemple, sont très regardés et partagés, et leur contenu est très populaire sur les sites de partage audiovisuel ; ils constituent également une source importante d'exposition aux représentations du tabac dans le monde.

g) *Placement de produit.* Les sociétés productrices de tabac ou ceux qui s'attachent à promouvoir leurs intérêts travaillent avec des producteurs, des sociétés de production et des scénaristes afin de mettre au point des scénarios impliquant leurs produits et de les intégrer, sans qu'il n'y paraisse, dans leurs productions.

h) *Articles parrainés ou contenus d'infodivertissement.* L'industrie du tabac ou ceux qui s'attachent à promouvoir ses intérêts proposent aux journalistes et aux rédacteurs en chef traitant des actualités des visites d'installations, des idées d'articles ou un parrainage d'articles, sur des sujets liés au tabac ou non.

i) *Publicité, promotion et parrainage de dispositifs.* La publicité ou la promotion d'un ou de plusieurs dispositifs permettant la consommation de produits du tabac peut directement ou indirectement faire la publicité ou la promotion des produits du tabac eux-mêmes.

2. Les sociétés productrices de tabac et ceux qui s'attachent à promouvoir leurs intérêts gèrent des comptes dans les médias sociaux et des sites Web dont le contenu est accessible au-delà des frontières. Ces sites sont fréquemment utilisés non seulement à des fins d'expression légitime, mais également pour promouvoir les marques ou logos d'une entreprise, pour promouvoir des produits spécifiques ou diffuser des messages de marque au prétexte de fournir des informations aux consommateurs ou sous couvert d'actions relevant de la responsabilité sociale des entreprises. Les sites de réseaux sociaux et les sites Web d'entreprise sont utilisés par l'industrie du tabac pour se forger une nouvelle image d'industrie moderne, socialement responsable et durable, loin de celle des dommages causés par ses produits.

3. Les entités de l'industrie du tabac et des tiers associés peuvent contribuer à la conception, à la distribution et au parrainage de jeux vidéo, de jeux d'ordinateur et d'applications pour dispositifs intelligents.

Exemples de représentations du tabac sur les plateformes de communication des médias numériques et de divertissement

4. *Les films, le cinéma, la télévision et les contenus en streaming* sont des sources importantes de représentations du tabac. Il a été constaté que les contenus qui attirent les jeunes, comme les émissions de télé-réalité, comptent de nombreuses représentations du tabac.

5. *Programmes de télévision en streaming.* La baisse des audiences télévisées traditionnelles et l'augmentation du visionnage de programmes en streaming en ligne et des abonnements payants concourent à faire des contenus en streaming une source croissante de promotion du tabac. Dans le monde, les jeunes (âgés de 18 à 34 ans) sont beaucoup plus susceptibles d'utiliser Internet et un smartphone que

les personnes âgées de 35 ans et plus ; au moment de la rédaction de ces informations, cette différence liée à l'âge est observée aussi bien dans les pays à revenu élevé que dans ceux à faible revenu. Les représentations du tabac dans les contenus populaires diffusés en streaming sont plus fréquentes que dans les programmes traditionnels diffusés à la télévision ou sur le câble.

6. *Jeux vidéo/PC.* Les jeux vidéo, sur support physique ou en ligne, sont populaires auprès des jeunes. Très peu de contrôles sont en place pour protéger les utilisateurs et les empêcher d'être exposés à des représentations du tabac intégrées à l'intérieur même des jeux/applications. Les limites d'âge peuvent ne pas tenir compte de la consommation de tabac et sont facilement contournées par les jeunes joueurs.

7. *Applications pour téléphones intelligents.* Certaines applications pour smartphones, communément appelées applis, montrent des images de marques de cigarettes ou des images qui ressemblent à des marques existantes. Les applications protabac comprennent des jeux animés et offrent la possibilité de simuler l'expérience du tabagisme ; il peut s'agir d'applications gratuites de haute qualité ou qui facilitent la vente de produits du tabac, ainsi que la vente de produits du tabac nouveaux et émergents, y compris les dispositifs conçus pour consommer ces produits.

Point 8.6 de l'ordre du jour

Amendements au Règlement intérieur de la Conférence des Parties

La Conférence des Parties,

Rappelant qu'elle a adopté son Règlement intérieur par la décision FCTC/COP1(8) et l'a amendé par les décisions FCTC/COP6(24), FCTC/COP7(28) et FCTC/COP8(11) ;

Prenant note du rapport du Secrétariat de la Convention soumis dans le document FCTC/COP/10/21, contenant des amendements éventuels au Règlement intérieur de la Conférence des Parties, tels que recommandés par le Bureau ;

Reconnaissant qu'il importe de mettre à jour le Règlement intérieur de la Conférence des Parties afin de faciliter le bon fonctionnement de celle-ci ;

Reconnaissant en outre la nécessité d'assurer la coordination entre les organes directeurs de la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac et du Protocole pour éliminer le commerce illicite des produits du tabac,

1. ADOPTE les amendements au Règlement intérieur de la Conférence des Parties, tels qu'ils figurent à l'annexe de la présente décision ;

2. DÉCIDE :

a) d'appliquer avec effet immédiat l'amendement de l'article 60 relatif à l'adoption provisoire du rapport de chaque session de la Conférence des Parties ;

b) de préciser que les comptes rendus des réunions plénières, visés aux articles 60 et 64 du Règlement intérieur de la Conférence des Parties, comprennent les fichiers audio ;

3. PRIE le Bureau de la Conférence des Parties d'examiner périodiquement la nécessité de modifier le Règlement intérieur de la Conférence des Parties et de proposer des amendements à la Conférence des Parties, le cas échéant, et de se concerter avec le Bureau de la Réunion des Parties au Protocole lorsque les dispositions peuvent se rapporter à des questions communes.

ANNEXE

**AMENDEMENTS AU RÈGLEMENT INTÉRIEUR DE
LA CONFÉRENCE DES PARTIES**

<p>Article 2 (Définitions)</p>	<p>11. on entend par séances ou réunions « ouvertes » des séances ou réunions auxquelles peuvent assister les Parties, les États et les organisations d'intégration économique régionale qui ne sont pas Parties à la Convention, le Secrétariat, les organisations intergouvernementales et les organisations non gouvernementales qui ont le statut d'observateur conformément aux articles 30 et 31 respectivement, et, sauf décision contraire de la Conférence des Parties, les médias accrédités ;</p>
<p>Article 15 (Secrétariat)</p>	<p>Outre les fonctions spécifiées dans la Convention, notamment à l'article 24, le Secrétariat, en application du présent Règlement :</p> <p>a) assure des services d'interprétation pendant la session ;</p> <p>b) organise la retransmission en direct sur le Web de tous les points de l'ordre du jour examinés dans les réunions plénières, sauf décision contraire des Parties, sur recommandation du Bureau au début de chaque session, sous réserve que d'éventuels problèmes techniques soient résolus et que des ressources financières soient disponibles ;</p> <p>c) organise des sessions en ligne de la Conférence des Parties, sur décision coordonnée du Bureau de la Conférence des Parties et du Bureau de la Réunion des Parties, lorsque de telles mesures exceptionnelles sont requises par une situation extraordinaire ;</p> <p>b) d) reçoit, traduit, reproduit et distribue les documents de la session ;</p> <p>(...)</p>
<p>Article 24ter (Membres du Bureau)</p>	<p>Outre les fonctions que la Conférence des Parties peut lui assigner périodiquement, et outre celles décrites dans les articles 6, 9, 19 et 21 à 24, le Bureau assume les fonctions suivantes :</p> <p>a) formulation de recommandations en accord avec le Bureau de la Réunion des Parties à l'intention du Directeur général de l'OMS concernant la nomination du Chef du Secrétariat, y compris la désignation d'un Chef par intérim du Secrétariat en cas de besoin ;</p>
<p>Article 60 (Langues et comptes rendus)</p>	<p>Les comptes rendus des sessions plénières de la Conférence des Parties ainsi que les rapports de chaque session de la Conférence des Parties et de ses organes subsidiaires sont établis dans les six langues de travail. Les rapports, rédigés par le Rapporteur avec le soutien du Secrétariat, détaillent la procédure suivie et intègrent toutes les décisions.</p>
<p>Article 8 (Ordre du jour)</p>	<p>Pour chaque session ordinaire, le Secrétariat distribue l'ordre du jour provisoire ainsi que les autres documents de conférence dans les langues officielles aux Parties et aux observateurs invités à assister à la session en application des articles 29, 30 et 31, au moins soixante-quinze jours avant la date d'ouverture de la session</p>

Point 8.2 de l'ordre du jour

Plan de travail et budget pour l'exercice 2024-2025

La Conférence des Parties,

Réaffirmant sa décision FCTC/COP1(9) sur l'adoption du Règlement financier de la Conférence des Parties à la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac (Convention-cadre de l'OMS) ;

Rappelant sa décision FCTC/COP9(7) sur le plan de travail et le budget pour l'exercice 2022-2023 ;

Ayant examiné le plan de travail et le budget pour l'exercice 2024-2025 soumis par le Secrétariat de la Convention dans le document FCTC/COP/10/17 ;

Rappelant sa décision FCTC/COP10(3) sur l'adoption, à titre transitoire, du plan de travail et du budget pour l'exercice 2024-2025 ;

Ayant également examiné les rapport de situation et rapports sur l'exécution figurant dans le document FCTC/COP/10/16 ;

DÉCIDE :

- a) d'adopter le plan de travail et le budget pour l'exercice 2024-2025, tels qu'ils figurent aux annexes 1, 2 et 3 de la présente décision ;
- b) de fixer le montant total des contributions évaluées des Parties pour l'exercice 2024-2025 à 8 801 093 dollars des États-Unis (USD) ;
- c) de financer les frais de voyage et l'indemnité journalière de subsistance des pays les moins avancés à l'aide des contributions évaluées jusqu'à la onzième session de la Conférence des Parties comprise ;
- d) de financer, en outre, les frais de voyage des pays à revenu faible ou intermédiaire de la tranche inférieure à l'aide des contributions évaluées, et de financer l'indemnité journalière correspondante à l'aide des contributions extrabudgétaires disponibles, jusqu'à la onzième session de la Conférence des Parties comprise ;
- e) d'autoriser le Secrétariat de la Convention à demander le règlement des contributions évaluées, y compris aux pays susceptibles d'être devenus Parties à la Convention entre la dixième et la onzième session de la Conférence des Parties, conformément au barème des contributions, comme indiqué au paragraphe b) de la présente décision ;
- f) de prier le Chef du Secrétariat de la Convention d'exécuter le plan de travail et le budget adoptés par la Conférence des Parties et de faire rapport sur leur mise en œuvre dans le cadre des rapports d'exécution présentés à la Conférence des Parties à sa onzième session ;
- g) d'autoriser le Secrétariat de la Convention à solliciter et recevoir des contributions volontaires extrabudgétaires pour des activités conformes au plan de travail ;

- h) de prier le Chef du Secrétariat de la Convention de tenir le Bureau régulièrement informé de l'exécution des plans de travail et des budgets approuvés par la Conférence des Parties ;
- i) d'encourager les Parties à verser des contributions extrabudgétaires pour atteindre les objectifs du plan de travail ;
- j) d'inviter la Réunion des Parties au Protocole pour éliminer le commerce illicite des produits du tabac à couvrir la proportion des coûts partagés afférents au personnel de base, y compris le Chef du Secrétariat de la Convention, dans ses plans de travail et ses budgets respectifs ;
- k) de prier la Réunion des Parties d'envisager d'adopter un plan de travail et un budget compatibles avec le partage des coûts du personnel définis dans le plan de travail et le budget de la Conférence des Parties pour l'exercice 2024-2025.

ANNEXE 1

PROJET DE PLAN DE TRAVAIL ET DU BUDGET POUR L'EXERCICE 2024-2025 : COÛTS DES ACTIVITÉS
CONVENTION-CADRE DE L'OMS POUR LA LUTTE ANTITABAC (CONVENTION-CADRE DE L'OMS)

BUTS STRATÉGIQUES						
	Activité	Indicateur	Cible D'ici la fin de 2025, sauf indication contraire	Coûts liés à l'activité (en USD)		
				Contributions évaluées	Contributions extrabudgétaires	Total
1	But stratégique 1 : Accélérer l'action					
1.1	Objectif stratégique 1.1 : Donner la priorité aux mesures permettant d'accélérer la mise en œuvre de la Convention-cadre de l'OMS, y compris à des formes d'aide technique et financière efficaces pour apporter aux Parties un appui dans les domaines prioritaires identifiés					
1.1.1	Objectif spécifique 1.1.1 : Les Parties élaborent, mettent en œuvre et actualisent périodiquement des stratégies nationales antitabac complètes et chiffrées (article 5 de la Convention-cadre de l'OMS), en privilégiant des politiques multisectorielles et transversales, en se concentrant sur les articles de la Convention les plus importants dans le contexte national et en insistant sur l'appui aux Parties classées comme pays à revenu faible ou intermédiaire par l'Organisation de coopération et de développement économiques					
1.1.1.1	Déployer des missions d'évaluation des besoins sur demande, y compris un appui consécutif à l'évaluation des besoins	Nombre d'évaluations des besoins réalisées	Au moins 8 évaluations réalisées	0	320 000	320 000
1.1.1.2	Fournir une assistance technique aux Parties concernant l'article 5.1 (élaborer des stratégies nationales antitabac chiffrées), sur demande	Nombre de Parties ayant obtenu une assistance technique concernant l'article 5	Au moins 4 Parties ayant obtenu une assistance	0	160 000	160 000
1.1.1.3	Fournir une assistance technique aux Parties concernant les articles les plus importants dans le contexte national, sur demande	Nombre de Parties ayant obtenu une assistance technique concernant d'autres articles (autres que les articles 5, 6, 8, 11 et 13) en fonction de la priorité définie par le pays	Au moins 8 Parties ayant obtenu une assistance	0	320 000	320 000
	Total pour 1.1.1			0	800 000	800 000

BUTS STRATÉGIQUES						
	Activité	Indicateur	Cible D'ici la fin de 2025, sauf indication contraire	Coûts liés à l'activité (en USD)		
				Contributions évaluées	Contributions extrabudgétaires	Total
1.1.2	Objectif spécifique 1.1.2 : Les Parties appliquent les mesures concernant les prix et les taxes (article 6)					
1.1.2.1	Fournir une assistance technique aux Parties concernant l'article 6, sur demande (y compris pour la coordination avec les parties prenantes et les partenaires qui peuvent fournir aux Parties des recommandations sur la taxation des produits du tabac)	Nombre de Parties ayant obtenu une assistance technique concernant l'article 6	Au moins 10 Parties ayant obtenu une assistance	0	400 000	400 000
	Total pour 1.1.2			0	400 000	400 000
1.1.3	Objectif spécifique 1.1.3 : Les Parties appliquent les mesures assorties d'un délai (articles 8, 11 et 13)					
1.1.3.1	Fournir une assistance technique aux Parties concernant les articles 8, 11 et 13, sur demande	Nombre de Parties ayant obtenu une assistance technique concernant les articles 8, 11 et/ou 13	Au moins 20 Parties ayant obtenu une assistance pour l'application des articles 8, 11 et 13	0	1 200 000	1 200 000
1.1.3.2	Élaborer des supports (outils d'apprentissage électronique, ensembles d'outils, notes d'orientation et manuels) pour appuyer la mise en œuvre de la Convention-cadre et maintien des outils existants	Nombre de nouveaux supports élaborés et diffusés	Au moins 4 nouveaux supports élaborés et mis à disposition des Parties pour utilisation	0	400 000	400 000
1.1.3.3	Organiser des ateliers pour remédier à des difficultés spécifiques identifiées par les Parties en ce qui concerne la mise en œuvre de la Convention-cadre et pour instaurer une coopération Sud-Sud et une coopération triangulaire	Nombre de Parties ayant participé aux ateliers	Au moins 30 % des Parties ont participé à un atelier	0	800 000	800 000
	Total pour 1.1.3			0	2 400 000	2 400 000
	Total pour 1.1			0	3 600 000	3 600 000

BUTS STRATÉGIQUES						
	Activité	Indicateur	Cible D'ici la fin de 2025, sauf indication contraire	Coûts liés à l'activité (en USD)		
				Contributions évaluées	Contributions extrabudgétaires	Total
1.2	Objectif stratégique 1.2 : Renforcer les systèmes afin d'identifier des moyens nouveaux, innovants et efficaces pour la mise en œuvre des mesures de lutte antitabac, évaluer ces moyens et recueillir des données factuelles					
1.2.1	Objectif spécifique 1.2.1 : Améliorer les mécanismes de partage de l'expertise grâce à la coopération Sud-Sud et triangulaire					
1.2.1.1	Aider les partenaires intéressés et faciliter la coopération Sud-Sud et la coopération triangulaire	Nombre de Parties participant à des programmes de coopération Sud-Sud et triangulaire (en tant que prestataires ou bénéficiaires)	Au moins 10 Parties ayant mis en place une coopération Sud-Sud ou triangulaire	0	200 000	200 000
	Total pour 1.2.1			0	200 000	200 000
1.2.2	Objectif spécifique 1.2.2 : Renforcer le rôle des plateformes du savoir pour fournir un appui aux Parties					
1.2.2.1	Coordonner les activités des plateformes du savoir et l'assistance qu'elles apportent aux Parties conformément aux décisions de la Conférence des Parties à la Convention-cadre de l'OMS	Nombre de Parties ayant reçu une assistance des plateformes du savoir de la Convention-cadre	Assistance fournie à au moins 80 Parties	0	200 000	200 000
	Total pour 1.2.2			0	200 000	200 000
	Total pour 1.2			0	400 000	400 000
	TOTAL POUR LE BUT STRATÉGIQUE 1			0	4 000 000	4 000 000

BUTS STRATÉGIQUES						
	Activité	Indicateur	Cible D'ici la fin de 2025, sauf indication contraire	Coûts liés à l'activité (en USD)		
				Contributions évaluées	Contributions extrabudgétaires	Total
2	But stratégique 2 : Constituer des alliances et des partenariats internationaux dans différents secteurs et avec la société civile afin de contribuer à la mise en œuvre de la Convention-cadre de l'OMS					
2.1	Objectif stratégique 2.1 : Mobiliser les partenaires internationaux, intergouvernementaux et de développement pour qu'ils prennent en compte la Convention-cadre de l'OMS dans leurs activités, et/ou dans leurs efforts visant à atteindre les ODD					
2.1.1	Objectif spécifique 2.1.1 : Renforcer les synergies et la coopération avec l'Organisation mondiale de la Santé (OMS), les agences du système des Nations Unies et autres institutions et initiatives internationales concernées					
2.1.1.1	Promouvoir la collaboration ou des activités conjointes avec les entités des Nations Unies	Nombre de collaborations/ou d'activités conjointes avec des institutions des Nations Unies	Au moins 2 collaborations et/ou activités conjointes établies ou menées	10 000	90 000	100 000
2.1.1.2	Concevoir des supports de sensibilisation destinés aux bureaux de pays de l'OMS pour encourager la prise en compte de la Convention-cadre dans la stratégie de coopération avec les pays	Nombre de Parties pour lesquelles le bureau de pays de l'OMS a pris en compte la mise en œuvre de la Convention-cadre dans la stratégie de coopération avec les pays	Mise en œuvre de la Convention-cadre incluse dans au moins 12 stratégies de coopération avec les pays	0	10 000	10 000
	Total pour 2.1.1			10 000	100 000	110 000
2.1.2	Objectif spécifique 2.1.2 : Veiller à ce que la Convention-cadre de l'OMS soit pleinement intégrée dans la mise en œuvre du Programme de développement durable à l'horizon 2030 et dans les discussions en rapport avec la Convention-cadre de l'OMS au sein de tout forum organisé sous l'égide des Nations Unies					
2.1.2.1	Organiser des manifestations parallèles pendant les réunions pertinentes des institutions des Nations Unies	Nombre de demandes pour des manifestations parallèles	Au moins 4 demandes pour des manifestations parallèles soumises	10 000	20 000	30 000

BUTS STRATÉGIQUES						
	Activité	Indicateur	Cible D'ici la fin de 2025, sauf indication contraire	Coûts liés à l'activité (en USD)		
				Contributions évaluées	Contributions extrabudgétaires	Total
2.1.2.2	Dans le cadre du suivi de la mise en œuvre de la cible 3.a au niveau mondial, participer, en tant que coresponsable de la réalisation de la cible 3.a, aux travaux coordonnés par la Division de la statistique des Nations Unies sur le suivi des ODD dans le cadre des examens nationaux volontaires	Nombre de rapports sur les ODD auxquels le Secrétariat de la Convention-cadre de l'OMS est prié de contribuer	Le Secrétariat de la Convention a contribué à tous les rapports demandés sur les ODD	0	25 000	25 000
2.1.2.3	Contribuer aux résolutions pertinentes des entités des Nations Unies concernées	Nombre de contributions aux résolutions pertinentes des institutions des Nations Unies concernées	Contributions à toutes les résolutions dont le Secrétariat de la Convention a été informé	0	0	0
Total pour 2.1.2				10 000	45 000	55 000
2.1.3	Objectif spécifique 2.1.3 : Élaborer des approches qui se renforcent mutuellement pour la mise en œuvre du Plan d'action mondial pour la prévention et la lutte contre les maladies non transmissibles 2013-2020 grâce à la coopération avec les membres de l'Équipe spéciale interorganisations des Nations Unies pour la prévention et la maîtrise des maladies non transmissibles, le mécanisme mondial de coordination pour la lutte contre les maladies non transmissibles, etc.					
2.1.3.1	Participer aux travaux interorganisations des Nations Unies – Équipe spéciale interorganisations des Nations Unies pour la prévention et la maîtrise des maladies non transmissibles et mécanisme mondial de coordination pour la lutte contre les MNT	Nombre d'activités d'assistance plurisectorielle destinées aux Parties et mises en œuvre en coopération avec l'Équipe spéciale interorganisations des Nations Unies pour la prévention et la maîtrise des MNT et/ou le mécanisme mondial de coordination pour la lutte contre les MNT	Au moins un projet élaboré et mis en œuvre	5 000	20 000	25 000
Total pour 2.1.3				5 000	20 000	25 000

BUTS STRATÉGIQUES						
	Activité	Indicateur	Cible D'ici la fin de 2025, sauf indication contraire	Coûts liés à l'activité (en USD)		
				Contributions évaluées	Contributions extrabudgétaires	Total
2.1.4	Objectif spécifique 2.1.4 : Encourager les partenariats avec des organisations et institutions gouvernementales (OIG) ou intergouvernementales					
2.1.4.1	Favoriser les candidatures d'organisations gouvernementales ou intergouvernementales et d'autres institutions à un statut d'observateur	Nombre d'organisations gouvernementales ou intergouvernementales et d'autres institutions concernées auprès desquelles le Secrétariat de la Convention a obtenu le statut d'observateur ou qui ont obtenu un statut d'observateur à la Convention-cadre	Au moins une nouvelle demande de statut d'observateur auprès d'une OIG reçue	0	0	0
	Total pour 2.1.4			0	0	0
2.1.5	Objectif spécifique 2.1.5 : Établir un plan de communication sur la Stratégie afin d'accroître également la visibilité de la Convention-cadre de l'OMS					
2.1.5.1	Poursuivre la mise en œuvre de la stratégie de communication institutionnelle	Nombre de nouveaux produits conçus dans le cadre de la stratégie de communication institutionnelle	Au moins 4 nouveaux produits conçus	40 000	200 000	240 000
	Total pour 2.1.5			40 000	200 000	240 000
	Total pour 2.1			65 000	365 000	430 000
2.2	Objectif stratégique 2.2 : Catalyser et mettre à profit les contributions des parties prenantes extérieures, en particulier de la société civile, pour atteindre les objectifs de la Convention-cadre de l'OMS					
2.2.1	Objectif spécifique 2.2.1 : Accroître la participation de la société civile, notamment par l'adoption des meilleures pratiques d'autres organisations des Nations Unies, compte tenu de l'article 5.3 de la Convention-cadre de l'OMS					
2.2.1.1	Contacteur des organisations non gouvernementales (ONG) pour qu'elles sollicitent un statut d'observateur à la Conférence des Parties	Nombre de nouvelles demandes de statut d'observateur présentées par des ONG	Au moins une nouvelle demande de statut d'observateur reçue d'ONG	0	0	0

BUTS STRATÉGIQUES						
	Activité	Indicateur	Cible D'ici la fin de 2025, sauf indication contraire	Coûts liés à l'activité (en USD)		
				Contributions évaluées	Contributions extrabudgétaires	Total
2.2.1.2	Participation aux principaux événements et conférences mondiaux et régionaux organisés par la société civile afin d'accroître la visibilité de la Convention-cadre de l'OMS et l'engagement avec les partenaires de la société civile	Nombre de participations à des conférences ou des événements et d'événements/de sessions parallèles organisés par le Secrétariat de la Convention	Au moins 2 conférences ou événements et 2 événements/ sessions parallèles organisés par le Secrétariat de la Convention	0	50 000	50 000
2.2.1.3	Organiser des réunions en ligne avec des ONG ayant le statut d'observateur	Nombre de réunions organisées	Au moins 4 réunions en ligne organisées	0	5 000	5 000
2.2.1.4	Organiser la présentation d'un rapport biennal par les ONG ayant le statut d'observateur dans le cadre de leur processus d'accréditation	Nombre de rapports soumis	Toutes les ONG ayant le statut d'observateur à la Conférence des Parties ont soumis leurs rapports biennaux conditionnant le renouvellement de leur accréditation	0	0	0
2.2.1.5	Coorganiser avec des ONG ayant le statut d'observateur des ateliers, des formations ou des événements de sensibilisation organisés par le Secrétariat de la Convention ou les inviter à y participer	Nombre d'ONG ayant coorganisé des ateliers, des formations ou des événements de sensibilisation ou y ayant participé	Au moins 30 % d'ONG coorganisent des ateliers, des formations ou des événements de sensibilisation ou y participent	0	10 000	10 000
	Total pour 2.2.1			0	65 000	65 000

BUTS STRATÉGIQUES						
	Activité	Indicateur	Cible D'ici la fin de 2025, sauf indication contraire	Coûts liés à l'activité (en USD)		
				Contributions évaluées	Contributions extrabudgétaires	Total
2.2.2	Objectif spécifique 2.2.2 : Créer et gérer une plateforme de coordination conformément aux recommandations du groupe de travail sur les mesures durables (FCTC/COP/7/18)					
2.2.2.1	Créer et maintenir la plateforme de coordination	Nombre de consultations de pages de la plateforme de coordination	Augmentation du nombre de consultations de pages (par rapport à l'exercice précédent)	0	150 000	150 000
	Total pour 2.2.2			0	150 000	150 000
2.2.3	Objectif spécifique 2.2.3 : Promouvoir les activités de recherche liées à la mise en œuvre de la Convention-cadre de l'OMS, et en particulier les priorités définies dans la Stratégie, en vertu de l'article 20					
2.2.3.1	Organiser des réunions en ligne avec des Parties et des chercheurs pour mettre en évidence les lacunes dans la recherche, notamment en ce qui concerne les priorités fixées dans la Stratégie	Nombre de rapports établis sur les lacunes dans la recherche et comprenant une analyse des coûts et de la faisabilité	Au moins un rapport élaboré	0	0	0
	Total pour 2.2.3			0	0	0
	Total pour 2.2			0	215 000	215 000
	TOTAL POUR LE BUT STRATÉGIQUE 2			65 000	580 000	645 000
3	But stratégique 3 : Préserver l'intégrité et s'appuyer sur les avancées au titre de la Convention-cadre de l'OMS					
3.1	Objectif stratégique 3.1 : Améliorer les mécanismes de gouvernance et d'administration de la Convention-cadre de l'OMS, afin que toutes les activités relatives à la Convention-cadre soient priorisées, efficaces, durables et à l'abri de toute influence de l'industrie du tabac					
3.1.1	Objectif spécifique 3.1.1 : Faire correspondre les agendas, plans de travail et budgets de la Conférence des Parties avec la Stratégie					
3.1.1.1	Faire correspondre les agendas, plans de travail et budgets de la Conférence des Parties avec la Stratégie	Agendas, plans de travail et budgets de la Conférence des Parties harmonisés avec la Stratégie	Agendas, plans de travail et budgets harmonisés avec la Stratégie présentés à la Conférence des Parties	0	0	0

BUTS STRATÉGIQUES						
	Activité	Indicateur	Cible D'ici la fin de 2025, sauf indication contraire	Coûts liés à l'activité (en USD)		
				Contributions évaluées	Contributions extrabudgétaires	Total
	Total pour 3.1.1			0	0	0
3.1.2	Objectif spécifique 3.1.2. : Créer un Mécanisme d'examen de la mise en œuvre de la Convention-cadre, piloté par les pairs, pour permettre aux Parties de remédier plus facilement aux lacunes et aux problèmes, diffuser les enseignements tirés de l'expérience et contribuer au déploiement de la Stratégie					
3.1.2.1	Mettre au point et utiliser un mécanisme volontaire d'examen et de soutien entre pairs pour la mise en œuvre de la Convention-cadre de l'OMS	Élaboration d'un mandat et désignation d'experts pour le mécanisme volontaire d'examen et de soutien entre pairs pour la mise en œuvre	Au moins 25 Parties ont été soumises à un mécanisme volontaire d'examen et de soutien entre pairs pour la mise en œuvre	0	200 000	200 000
	Total pour 3.1.2			0	200 000	200 000
3.1.3	Objectif spécifique 3.1.3 : Protéger la Conférence des Parties et les autres activités relatives à la Convention-cadre de l'OMS contre l'influence des intérêts, notamment commerciaux, de l'industrie du tabac					
3.1.3.1	Recueillir et traiter les déclarations d'intérêts et procéder à une vérification diligente, si nécessaire.	Déclarations d'intérêts demandées et traitées par le Secrétariat de la Convention conformément aux décisions de la Conférence des Parties (pour le Secrétariat de la Convention et les réunions des organes directeurs et des organes subsidiaires)	Déclarations d'intérêts demandées lors d'une session de la Conférence des Parties ou de toute autre réunion des organes subsidiaires et du Secrétariat de la Convention, si nécessaire	0	0	0
	Total pour 3.1.3			0	0	0
	Total pour 3.1			0	200 000	200 000

BUTS STRATÉGIQUES						
	Activité	Indicateur	Cible D'ici la fin de 2025, sauf indication contraire	Coûts liés à l'activité (en USD)		
				Contributions évaluées	Contributions extrabudgétaires	Total
3.2	Objectif stratégique 3.2 : Soutenir et encourager les Parties dans leurs efforts visant à lever les obstacles à la lutte antitabac au niveau national					
3.2.1	Objectif spécifique 3.2.1 : Obtenir un appui politique en faveur de la lutte antitabac					
3.2.1.1	Déployer une collaboration de haut niveau entre le Chef du Secrétariat de la Convention et les Parties pour établir un appui politique en faveur de la mise en œuvre de la Convention-cadre de l'OMS	Nombre de visites et de réunions de haut niveau du Chef du Secrétariat de la Convention pour établir un appui politique à la lutte antitabac	Au moins 6 visites politiques/ réunions de haut niveau effectuées/ organisées	5 000	15 000	20 000
	Total pour 3.2.1			5 000	15 000	20 000
3.2.2	Objectif spécifique 3.2.2 : Promouvoir les efforts collaboratifs multisectoriels, notamment le renforcement de la collaboration avec les organisations de la société civile					
3.2.2.1	Fournir une assistance technique aux Parties concernant l'article 5.2 (élaborer un mécanisme de coordination nationale), sur demande	Nombre de Parties ayant obtenu une assistance technique concernant l'article 5.2	Au moins 5 Parties ayant obtenu une assistance pour l'application de l'article 5.2	0	200 000	200 000
	Total pour 3.2.2			0	200 000	200 000
3.2.3	Objectif spécifique 3.2.3 : Mobiliser des ressources durables pour la lutte antitabac					
3.2.3.1	Apporter un appui aux Parties pour l'établissement d'argumentaires d'investissement en faveur de la lutte antitabac	Nombre d'argumentaires d'investissement élaborés	Au moins 8 Parties ayant obtenu un appui pour l'élaboration d'argumentaires d'investissement	0	400 000	400 000
	Total pour 3.2.3			0	400 000	400 000

BUTS STRATÉGIQUES						
	Activité	Indicateur	Cible D'ici la fin de 2025, sauf indication contraire	Coûts liés à l'activité (en USD)		
				Contributions évaluées	Contributions extrabudgétaires	Total
3.2.4	Objectif spécifique 3.2.4 : Déployer des mesures pour veiller à ce que les politiques de santé publique ne soient pas influencées par l'industrie du tabac (article 5.3) et assurer un suivi permanent des activités de l'industrie du tabac, aux niveaux national et international					
3.2.4.1	Apporter une assistance technique concernant l'article 5.3 aux Parties qui en font la demande	Nombre de Parties ayant obtenu une assistance technique concernant l'article 5.3	Au moins 20 Parties ayant obtenu une assistance pour l'application de l'article 5.3	0	800 000	800 000
3.2.4.2	Sensibiliser à la question de l'article 5.3 et des tactiques et de l'ingérence de l'industrie du tabac	Nombre de campagnes et d'activités menées afin de sensibiliser à l'ingérence de l'industrie du tabac	Au moins une campagne ou une activité menée pour sensibiliser à l'ingérence de l'industrie du tabac	0	50 000	50 000
3.2.4.3	Favoriser le recours à la politique type du système des Nations Unies pour prévenir l'ingérence de l'industrie du tabac et effectuer un suivi de cette utilisation	Nombre de campagnes ou d'activités de communication relatives à la politique type organisées par le Secrétariat de la Convention	Au moins une campagne ou activité menée	0	50 000	50 000
	Total pour 3.2.4			0	900 000	900 000
3.2.5	Objectif spécifique 3.2.5 : Suivre les avancées des principales dispositions de la Convention-cadre de l'OMS relatives aux politiques et aux programmes, notamment les estimations du nombre de vies sauvées, des coûts évités et de l'amélioration des autres résultats sanitaires et économiques					
3.2.5.1	Collaborer avec les entités qui possèdent ou gèrent des bases de données contenant des informations pertinentes pour la Convention-cadre de l'OMS à des fins de partage et d'analyse des données	Nombre d'entités concernées	Au moins 3 entités concernées	0	20 000	20 000

BUTS STRATÉGIQUES						
	Activité	Indicateur	Cible D'ici la fin de 2025, sauf indication contraire	Coûts liés à l'activité (en USD)		
				Contributions évaluées	Contributions extrabudgétaires	Total
3.2.5.2	Mettre en œuvre des ateliers/webinaires sur l'établissement de rapports	Nombre de Parties ayant participé aux ateliers/webinaires	Au moins 30 % des Parties ont participé aux ateliers/webinaires	0	65 000	65 000
3.2.5.3	Conduire le cycle de notification biennal en 2025	Nombre de rapports reçus, analysés et pour lesquels des retours d'information ont été fournis si nécessaire	Au moins 80 % des Parties ont soumis leur rapport et reçu des retours d'information si nécessaire	15 000	150 000	165 000
3.2.5.4	Élaborer le rapport de situation mondial 2025	Élaboration du rapport de situation mondial 2025	Publication en ligne et diffusion du rapport de situation mondial 2025	35 000	0	35 000
Total pour 3.2.5				50 000	235 000	285 000
Total pour 3.2				55 000	1 750 000	1 805 000
TOTAL POUR LE BUT STRATÉGIQUE 3				55 000	1 950 000	2 005 000
TOTAL POUR L'ENSEMBLE DES BUTS STRATÉGIQUES				120 000	6 530 000	6 650 000

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS				
	Activité	Coûts liés à l'activité (en USD)		
		Contributions évaluées	Contributions extrabudgétaires	Total
4.1	Objectif opérationnel 4.1 : Financement durable – Gérer les comptes de la Convention-cadre de l'OMS pour maximiser son efficience et son efficacité, et trouver de nouvelles sources de recettes afin de soutenir les activités de mise en œuvre de la Convention-cadre			
4.1.1	Gestion et administration du Fonds d'investissement	0	50 000	50 000
4.1.2	Actualiser et mettre en œuvre un plan de collecte de fonds conformément à la décision FCTC/COP7(25)	5 000	15 000	20 000
4.1.3	Suivi du recouvrement des contributions évaluées	5 000	0	5 000
Total pour 4.1		10 000	65 000	75 000
4.2	Objectif opérationnel 4.2 : Efficacité opérationnelle – Promouvoir un fonctionnement optimal de la Conférence des Parties, ainsi que la capacité et l'aptitude du Secrétariat de la Convention à apporter un soutien à la Conférence des Parties et aux Parties dans leurs activités de mise en œuvre, de suivi et de notification			
4.2.1	Administration et gestion			
4.2.1.1	Assurer l'administration et la gestion du Secrétariat de la Convention	45 000	0	45 000
4.2.1.2	Organiser des retraites du Secrétariat de la Convention pour la planification stratégique et le renforcement des équipes	10 000	0	10 000
Total pour 4.2.1		55 000	0	55 000
4.2.2	Organiser la onzième session de la Conférence des Parties	1 072 313	600 000	1 672 313
4.2.3	Organiser des réunions régionales avant la Conférence des Parties	0	240 000	240 000
4.2.4	Préparer et appuyer les activités du Bureau et convoquer les réunions du Bureau, notamment par vidéoconférence et téléconférence	200 000	0	200 000
4.2.5	Prendre les dispositions nécessaires pour les organes subsidiaires intersessions selon les décisions de la Conférence des Parties à sa dixième session (Groupe d'experts sur l'article 2.1, Groupe d'experts sur l'article 19)	200 000	125 000	325 000
Total pour 4.2		1 527 313	865 000	2 392 313
TOTAL POUR LES OBJECTIFS OPÉRATIONNELS		1 537 313	930 000	2 467 313
Coût total des activités pour tous les domaines d'activité		1 657 313	7 460 000	9 117 313

ANNEXE 2

RÉPARTITION DES DÉPENSES DE PERSONNEL BRUTES (USD)¹

Dépenses financées par les contributions évaluées (CE)				
		CE	EB	Total
1	D.2 30 % Réunion des Parties CE/70 % Conférence des Parties CE	573 300		573 300
4	D.2 30 % Réunion des Parties CE/70 % Conférence de Parties CE	1 811 040		1 811 040
2	P.4 100 % Conférence des Parties CE	1 131 900		1 131 900
2	P.3 100 % Conférence des Parties CE	947 100		947 100
1	P.2 50 % Réunion des Parties CE/50 % Conférence des Parties CE	170 100		170 100
1	P.4 100 % Conférence des Parties CE	391 650		391 650
2	P.5 100 % Conférence des Parties CE	699 300		699 300
Dépenses financées par les contributions évaluées (CE) et les contributions extrabudgétaires (EB)				
		CE	EB	Total
1	P.3 50 % Conférence des Parties CE/ 50 % Conférence des Parties EB	236 775	236 775	473 550
1	P.2 50 % Conférence des Parties CE/50 % Réunion des Parties EB	170 100		170 100
Dépenses financées par les contributions extrabudgétaires (EB)				
		CE	EB	Total
3	P.3 100 % Conférence des Parties EB		1 420 650	1 420 650
1	G.5 100 % Conférence des Parties EB		349 650	349 650
Total des dépenses liées au personnel		6 131 265	2 007 075	8 138 340

¹ Les coûts indicatifs pour le personnel de base du Secrétariat de la Convention se fondent sur les derniers coûts salariaux type de l'OMS disponibles pour 2022-2023 avec une hausse de 5 % ; les évolutions possibles en 2024-2025 seront intégrées dès qu'elles seront connues. La réalisation du plan de dotation en personnel et les ajustements éventuels dépendront de la disponibilité effective des fonds et de l'évolution de la charge de travail. Le plan du personnel ne tient pas compte de possibles affectations à court terme en fonction des besoins effectifs et des ressources disponibles.

ANNEXE 3

PROJET DE BUDGET TOTAL POUR 2024-2025 (en USD)

	Couvert par les contributions évaluées	Couvert par les contributions extrabudgétaires	Total
1. Dépenses liées aux activités	1 657 313	7 460 000	9 117 313
2. Dépenses liées au personnel	6 131 265	2 007 075	8 138 340
3. Total des dépenses directes	7 788 578	9 467 075	17 255 653
4. Dépenses à recouvrer	1 012 515	1 230 720	2 243 235
5. Total général	8 801 093	10 697 795	19 498 888

Total pour les contributions évaluées (coût des activités, traitements et dépenses à recouvrer) : **8 801 093 USD**.

= = =