

Información detallada sobre el etiquetado y envasado de las labores del tabaco

Articles 11 and 13 of the FCTC

ISSUE EIGHT / MAY 2011

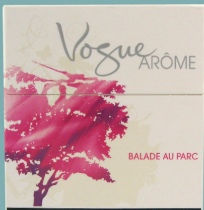


Aplicación de los artículos 11 y 13 del CMCT y sus directrices en el marco de la revisión de la Directiva sobre las labores del tabaco de 2001

Please check website for translations
www.smokefreepartnership.eu



PACKS DESIGNED
TO ATTRACT YOUNG
PEOPLE AND WOMEN



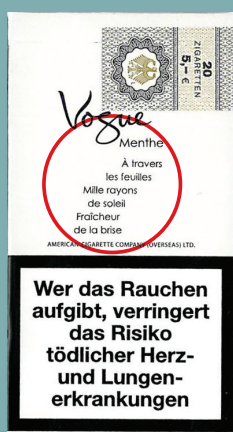
**Toradh
caithimh
tobac – bás
Smoking kills**

PACK FROM IRELAND



**Rauchen fügt Ihnen und
den Menschen in Ihrer
Umgebung erheblichen
Schaden zu**

PACK FROM GERMANY
FOR THE WORLD CUP



**Wer das Rauchen
aufgibt, verringert
das Risiko
tödlicher Herz-
und Lungen-
erkrankungen**

PACK FROM GERMANY
WITH A POEM

¿Qué es el Convenio Marco para el Control del Tabaco (CMCT) de la Organización Mundial de la Salud?

El CMCT es el primer tratado internacional del mundo en materia de salud pública. Su objetivo es proteger a las generaciones presentes y futuras de las devastadoras consecuencias sanitarias, medioambientales y socioeconómicas del consumo de tabaco y de la exposición al humo de tabaco mediante la adopción de políticas basadas en la evidencia y la legislación vigente. El Tratado ha sido ratificado por 172 países y organizaciones (en adelante, las Partes) entre las que se encuentra la Unión Europea, que han acordado su aplicación.¹

¿Cuál es el propósito de los artículos 11 y 13 del CMCT y sus directrices?

El objetivo del Artículo 11 del CMCT es garantizar que los consumidores disponen de la información oportuna sobre los peligros de los productos del tabaco a través de advertencias sanitarias, y que no reciben información engañosa mediante campañas publicitarias y tácticas de ventas de la industria tabacalera. El Artículo 13 del CMCT insta a las Partes a prohibir totalmente la publicidad, promoción y patrocinio de las labores del tabaco (TAPS por sus siglas en inglés) en un plazo no superior a los cinco años desde la fecha de ratificación.

¿Cómo se elaboraron las directrices de los artículos 11 y 13?

En la segunda Conferencia de las Partes del CMCT (COP2) celebrada en julio de 2007 se dio el visto bueno para la elaboración de las directrices de los artículos 11 y 13 (advertencias en los envases y publicidad, patrocinio y promoción de las labores del tabaco). El objetivo de las directrices consistió en proporcionar, en base a las investigaciones disponibles y las experiencias internacionales, una guía práctica sobre la adopción de políticas eficaces en materia de etiquetado de advertencia en los envases, así como sobre la prohibición de la publicidad, promoción y patrocinio del tabaco. Las directrices fueron elaboradas por las Partes y aprobadas por unanimidad en la COP3, que tuvo lugar en noviembre de 2008, a la que asistieron más de 160 participantes.

¿En qué consisten las directrices de los artículos 11 y 13?

Las directrices del Artículo 11 sostienen que la mejor manera de informar a los consumidores es añadir advertencias gráficas de gran formato, junto a teléfonos de ayuda para dejar de fumar, en ambas caras de envases estandarizados con un diseño sencillo. Las advertencias gráficas son imágenes que ilustran los peligros que entraña el consumo de tabaco para la salud. Las medidas respecto a la sencillez del diseño de los envases se refieren a la eliminación del logotipo y a la impresión del nombre de la marca en una fuente preestablecida, al objeto de evitar la atracción publicitaria del logotipo y la propagación de la imagen de marca. Las medidas respecto a la normalización de los envases se refieren al material, la forma y el tamaño de los mismos, a fin de evitar que se comercialicen envases de diseño atrauyente.

DIRECTRICES DEL ARTÍCULO 13 DEL CMCT - EPÍGRAFE 16, ENVASADO SENCILLO

“El efecto publicitario o promocional del empaquetado se puede eliminar si se exige un empaquetado sencillo: ... dos colores contrastantes...; **nada más que el nombre de la marca**, un nombre de producto y/o un nombre de fabricante,... **sin logotipos ni otros rasgos distintivos aparte de las advertencias sanitarias**, timbres fiscales u otra información o etiquetaje obligatorio; **un tipo y un tamaño de letra preestablecidos y una forma, un tamaño y materiales normalizados**. No debería haber publicidad ni promoción dentro del paquete ni adjunto a éste ni a cigarrillos u otras unidades individuales de labores del tabaco”.



MOCK EU PACK WITH INSERT



Las directrices del Artículo 13 establecen una definición amplia de la publicidad, promoción y patrocinio del tabaco, que incluye la responsabilidad social corporativa y el envasado. Según esta definición “la publicidad y la promoción del tabaco ... comprenden también ... el empaquetado promocional y el diseño de producto”. Por consiguiente, recomiendan la adopción de envases sencillos y normalizados a fin de aplicar de forma eficaz y exhaustiva la prohibición de la publicidad.

¿Cuál es la relación entre la revisión de la Directiva sobre los productos del tabaco (2001/37/CE)² y los artículos 11 y 13?

La Directiva sobre las labores del tabaco (TPD, por sus siglas en inglés) se aprobó en 2001, antes de que la UE ratificase el CMCT. Por consiguiente, la TPD actualmente en vigor no se acoge a los artículos 11 y 13 y sus directrices. La TPD está siendo objeto de un proceso de revisión. Ello brinda a la UE una oportunidad única para implementar los artículos 11 y 13 a través de la introducción de advertencias gráficas de grandes dimensiones y carácter obligatorio en ambos lados de los envases, y del diseño sencillo y normalizado de los mismos. La adopción de tales medidas sería así obligatoria para los 27 Estados miembros de la UE, lo que les permitiría sumarse a los 41 países y jurisdicciones que ya han establecido requisitos respecto a las advertencias gráficas.³ Al adoptar envases sencillos y normalizados, la UE podría recuperar su liderazgo en el contexto internacional del control del tabaco.

¿Qué se está haciendo en otras regiones del mundo respecto a las advertencias gráficas y los envases normalizados?

Muchos países de todo el mundo están poniendo en marcha nuevos programas en materia de etiquetado y envasado de labores del tabaco.

- El gobierno **australiano** ha anunciado que a partir del 1 de julio de 2012 todas las labores del tabaco deberán comercializarse en envases sencillos y que las advertencias sanitarias gráficas ya existentes se renovarán y pasarán a ocupar el 75 % de la cara frontal y el 90 % de la cara posterior de los envases.
- En **Canadá**, que fue el primer país que obligó a incluir advertencias gráficas, éstas cubrirán el 75 % de las caras frontal y posterior de los envases a partir de 2012.
- Las advertencias gráficas aplicadas por **Uruguay** cubren el 80 % de las caras frontal y posterior de los envases. **Brasil, México, Paraguay y Venezuela** aplican advertencias gráficas.
- En cuanto a Asia, **Singapur** fue uno de los primeros países del mundo que incluyó advertencias sanitarias gráficas en las cajetillas en 2004, seguido de **Tailandia** (2005), **Brunei** (2008) y **Malasia** (2009).

¿Por qué es tan importante el envase?

La industria tabacalera siempre ha empleado el envase de las labores del tabaco como una poderosa herramienta publicitaria y de marketing. A partir de la prohibición de la publicidad en la mayoría de los países de la UE, la industria tabacalera ha concentrado su estrategia de promoción en los envases de sus productos. Un directivo de Philip Morris ha admitido que “nuestro instrumento definitivo de comunicación con nuestros fumadores es el paquete en sí. En ausencia de cualquier otro mensaje publicitario, nuestros envases... son los únicos transmisores de la esencia de nuestra marca”⁴

1 Según datos de 29 de octubre de 2010. OMS, Updated Status of the WHO FCTC: Ratification and Accession by country. Véase http://www.fctc.org/images/stories/ratification_lat_est_Saint%20Vincent%20and%20Grenadines.pdf

2 Directiva sobre la fabricación, presentación y venta de productos del tabaco (2001/37/CE)

3 Sociedad Canadiense del Cáncer, Cigarette Package Health Warnings: International Status Report – (Octubre de 2010). Asimismo, Ucrania y las islas de Guernsey y Jersey han establecido tales requisitos.

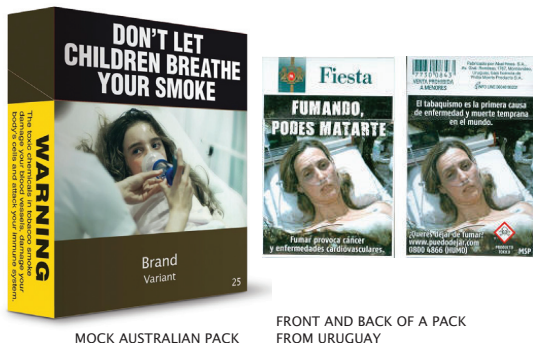
4 Hult M. Marketing issues corporate affairs conference 27 de mayo de 1994—Manila. 27 de mayo de

¿Está probado que las advertencias gráficas obligatorias surten efecto?

En lugar de herramientas de marketing de la industria tabacalera, los paquetes de tabaco pueden servir a los gobiernos para comunicar a la población de forma eficaz y efectiva los peligros que entraña el consumo de tabaco. Se ha demostrado que una de las formas más eficaces de concienciar respecto a los peligros del tabaco es emplear advertencias gráficas obligatorias y de grandes dimensiones, tanto en la cara frontal de los paquetes como en la posterior. Estas advertencias captan más la atención y transmiten más información que las que sólo contienen texto.⁵ Asimismo, es más probable que los fumadores recuerden las advertencias si son de grandes dimensiones, y tienden a equiparar el tamaño de las mismas con la gravedad de los riesgos del consumo de tabaco. Una encuesta llevada a cabo en Canadá mostró que las advertencias gráficas son especialmente eficaces entre los jóvenes: más del 90 % de los jóvenes admiten que les aportan información relevante sobre los efectos sobre la salud del consumo de tabaco, que son precisas y restan atractivo al acto de fumar.⁶⁻⁷ Asimismo, se ha mostrado que resulta más eficaz introducir imágenes en ambas caras de los envases que en una sola. Por ello es esencial colocar advertencias gráficas de grandes dimensiones tanto en la cara frontal de los envases como en la posterior.⁸

¿Está probado que los envases sencillos y normalizados surten efecto?

Se ha mostrado que para intensificar el efecto de las advertencias gráficas es preciso combinarlas con un diseño sencillo y normalizado de los envases. Ello impide a los consumidores distraerse o dejarse confundir por la cuidada y contradictoria imaginería de la industria tabacalera, que confiere al producto una apariencia segura y atractiva. Según indica el informe



PERCEPCIÓN DE LOS ADOLESCENTES SOBRE LA PROPUESTA EUROPEA DE ETIQUETADO DE ADVERTENCIA GRÁFICA EN LAS LABORES DEL TABACO⁹

“... Los adolescentes no fumadores consideraron que las etiquetas gráficas propuestas por la UE son más eficaces para evitar que fumasen que las advertencias actuales basadas únicamente en texto... los adolescentes [fumadores] más jóvenes también percibieron las etiquetas gráficas de advertencia como más eficaces para evitar que fumasen...”

Sambrook, “se ha mostrado que eliminando el color, la imaginería y los logotipos de las marcas de los envases, éstos resultan menos atractivos, al tiempo que se refuerza la capacidad de transmitir las advertencias sanitarias a los consumidores”.¹⁰ Según ha constatado la multinacional de servicios financieros Citigroup, los envases normalizados son “la mayor amenaza normativa para la industria, ya que los envases constituyen la principal herramienta de la que disponen las tabacaleras para comunicarse con los consumidores y diferenciar sus productos”.¹¹

Trachtenberg (Forbes Magazine, 1987)¹²

“... cuando ofrecimos cigarrillos de Marlboro a mitad de precio - en paquetes genéricos marrones - sólo el 21 % de los consumidores se mostraron interesados, a pesar de que les aseguramos que todos los paquetes eran ... idénticos (excepto por el aspecto de los envases) a los que solían comprar en el estanco... ¿A qué se debe esta diferencia? Muy sencillo. Los fumadores meten y sacan el tabaco de sus bolsillos entre 20 y 25 veces al día. El paquete encierra un mensaje. El consumidor expresa cómo desea ser visto por los demás”.

¿Está la sociedad a favor de la introducción de advertencias gráficas? Si.

Según el Eurobarómetro publicado en mayo de 2010, el 75 % de los europeos están a favor de las advertencias gráficas obligatorias, y el 54 % se muestran de acuerdo con el empleo de envases sencillos.¹³

¿Quién se opone a esta medida?

La industria tabacalera es la principal opositora a estas medidas. Se ha empleado con ahínco, destinando recursos a la financiación e instrumentalización de las asociaciones de minoristas para que rechacen tales medidas. Por otra parte, la industria tabacalera presiona constantemente a los responsables políticos a nivel nacional y europeo aduciendo falsos argumentos legales y económicos.

¿Cuáles son los principales argumentos y tácticas de la industria?

Uno de sus principales argumentos es que los envases sencillos y normalizados facilitarían el comercio ilegal y provocarían pérdidas económicas y destrucción de empleo en el sector minorista. Asimismo, amenazan con emprender acciones legales si se aprueban los envases sencillos y normalizados. Ninguno de sus argumentos se sostiene mediante evidencia.

Una de sus tácticas consiste en intentar retrasar el proceso de revisión de la Directiva sobre labores del tabaco a fin de evitar que las medidas se incluyan en el procedimiento de codecisión antes de las elecciones al nuevo Parlamento Europeo a mediados de 2014.

¿Los envases sencillos y normalizados podrían alentar el comercio ilegal? No.

La industria tabacalera aduce que los envases normalizados favorecerían el comercio de tabaco falsificado.¹⁴ Sin embargo, los envases normalizados siempre incorporarían las advertencias gráficas. Nada hace pensar que las advertencias gráficas de grandes dimensiones y los envases normalizados facilitarían la falsificación. Dado el bajo coste de fabricación de un paquete de ciertos tipos de tabaco ilegal (que en algunos casos se vende a los contrabandistas a un precio de 14 céntimos de euro por paquete¹⁵), difícilmente se puede argumentar que los envases sencillos rebajarían el precio de tales labores¹⁶. Asimismo, hay estudios que muestran que el empaquetado no afecta a la decisión de comprar tabaco ilegal, sino que ésta se basa en la disponibilidad y el precio de dichos productos¹⁷.

¿La adopción de estas medidas provocaría pérdidas al sector minorista? No.

Habida cuenta del carácter heterogéneo del sector minorista europeo, este tipo de afirmaciones no se sostienen. La mayoría de los minoristas no sólo venden productos de tabaco; por otra parte, en las últimas décadas el consumo de tabaco ha descendido en la mayoría de los países europeos y los establecimientos se han ajustado a esta circunstancia. Por último, las investigaciones al respecto muestran que cuando los consumidores reducen el gasto en tabaco, destinan su dinero a otros bienes y servicios.¹⁸

1994. Philip Morris. N° Bates 2504015017/5042, <http://legacy.library.ucsf.edu/tid/jga42e00>.

5 V. White, B. Webster, M. Wakefield, Do graphic health warning labels have an impact on adolescents' smoking related beliefs and behaviours? *Addiction* Abingdon, 2008; D. Hammond, G. Fong, P. McDonald, K. Brown, R. Cameron, Showing leads to doing: graphic cigarette warning labels are an effective public health policy, *European Journal of Public Health* (2006).

6 Unión Internacional contra la Tuberculosis y las Enfermedades de Pulmón, *Tobacco Packaging and Labelling, Technical Guide*, p.8, 2008.

7 Health Canada. The health effects of tobacco and health warning messages on cigarette packages – survey of adults and adults smokers: Wave 9 surveys. Elaborado por Environics Research Group, enero de 2005.

8 Sambrook Research International, A review of the science base to support the development of health warnings for tobacco packages, mayo de 2009, p. 46

9 Estudio realizado con 574 adolescentes de Grecia, C. I. Vardavas, G. Connolly, K. Karamanolis, A. Kafatos Adolescents perceived effectiveness of the proposed European graphic tobacco warning labels, *European Journal of Public Health* (2009) Volumen: 19, Número: 2, p. 212-217

10 Sambrook Research International, A review of the science base to support the development of health warnings for tobacco packages, mayo de 2009, p. 147-148

11 Citigroup – Tobacco-Australia Plans to Introduce Generic Packaging, – Pan-Europe Tobacco (Cit), 28 de abril de 2010

12 Trachtenberg, J A, Here's one tough cowboy: *Forbes Magazine* (9 de febrero de 1987).

13 http://ec.europa.eu/health/tobacco/docs/ebs332_en.pdf, p.96.

14 Cabe destacar que existen distintos tipos de comercio ilegal, de los cuales la falsificación no es el principal, ni en Europa ni el en resto del mundo. El comercio ilegal incluye el contrabando organizado a gran y pequeña escala y la fabricación fraudulenta (o falsificación).

15 Shleynov R, Candeia S, Campbell D, et al. Made to be Smuggled. Russian Contraband Cigarettes 'Flooding' EU. Washington: Center of Public Integrity, 2008, disponible en: <http://www.publicintegrity.org/investigations/tobacco/articles/entry/765/> (último acceso el 19 de enero de 2011).

16 C. Moodie, G. Hastings, L. Joossens Young adult smokers' perceptions of illicit tobacco and the possible impact of plain packaging on purchase behaviour, *European Journal of Public Health*, 26 de marzo de 2011, p.1.

17 Id.

18 D. Buck, M. Raw, C. Godfrey, M. Sutton, Tobacco and Jobs: the impact of reducing consumption on employment in the UK. Documento de trabajo, Center for Health Economics, Universidad de York (1995)

19 McGrady B., TRIPS and Trademarks: the Case of Tobacco, *World Trade Review* (2004).

20 Katz J, Dearden R. Plain Packaging and International Health Treaties, en: Luik J, ed. Plain packaging and the marketing of Cigarettes. Oxfordshire: Admap Publications 1998.

21 Véase los artículos 8.1 y 20 del Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio de la Organización Mundial del Comercio

22 McGrady B. TRIPS and Trademarks: the Case of Tobacco, *World Trade Review* (2004), p. 69

23 Case C-491-01: R. (on the application of British American Tobacco (Investments) Lt) v. Secretary of State for Health, 10 de diciembre de 2002.

24 Artículo 4. Declaración de Punta Del Este relativa a la aplicación del CMCT de la OMS, 19 de noviembre de 2010.

25 Véase el Art. XX(b) del GATT y Thailand – Restrictions on Importation of and Internal Taxes on Cigarettes, Informe del Panel aprobado el 7 de noviembre de 1990 (BISD 37S/2000) en el párr. 21-35.

26 Véase Briefing on the Revision of the TPD de la Smoke Free Partnership en http://www.smokefreepartnership.eu/IMG/pdf/Briefing_on_the_Revision_of_the_2001_Tobacco_Products_Directive.pdf

¿Las advertencias gráficas de grandes dimensiones y los envases sencillos y normalizados contravienen las leyes internacionales de propiedad intelectual? No.

La industria tabacalera ha argumentado que la aplicación de tales medidas vulneraría la legislación en materia de propiedad intelectual y motivaría costosos procesos judiciales. No obstante, estas medidas cumplen la legislación internacional de propiedad intelectual (a saber, el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio o ADPIC) y el derecho comunitario.¹⁹ El principal objetivo de las leyes en materia de propiedad intelectual es prevenir la utilización de una marca comercial por parte de cualquiera que no sea su propietario.²⁰ Si se adoptasen medidas respecto a la utilización de envases sencillos y normalizados, los propietarios de las marcas comerciales conservarían la titularidad de las mismas y estarían protegidos contra usos ilícitos. Las medidas relativas al aspecto sencillo y normalizado de los envases únicamente afecta a la utilización de logotipos o colores en aras del interés general y la salud pública, lo cual se permite explícitamente en la legislación internacional sobre propiedad intelectual²¹⁻²² y el derecho comunitario.²³

Este extremo se confirmó en la Declaración de Punta del Este, que fue aprobada por unanimidad en noviembre de 2010 en la Cuarta Conferencia de las Partes del CMCT (COP4) y que establece que “las Partes pueden adoptar medidas para proteger la salud pública, y en particular regular el ejercicio de los derechos de propiedad intelectual en concordancia con las políticas nacionales de salud pública, a condición de que esas medidas sean compatibles con el Acuerdo sobre los ADPIC”.²⁴ Dado que las medidas respecto a envases sencillos y normalizados cumplen el Acuerdo sobre los ADPIC y tienen por objeto proteger la salud pública, son legítimas y susceptibles de aplicación.

¿Las advertencias gráficas de grandes dimensiones y los envases sencillos y normalizados contravienen los acuerdos de comercio internacional? No.

Dichas medidas cumplen las normativas de comercio internacional establecidas por la Organización Mundial del Comercio (OMC). De hecho, satisfacen los requisitos de las excepciones relativas a la salud pública recogidas tanto en el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) de la OMC como en el Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio (OTC) de la OMC.²⁵

¿Cuánto costaría a la UE y sus Estados miembros aplicar las medidas obligatorias sobre advertencias gráficas y diseño sencillo y normalizado de los envases? Nada.

La UE y los Estados miembros no incurrirían en coste alguno a resultas de la implantación de estas medidas. La industria tabacalera asumiría todos los costes. Por tanto, se trata de medidas coste-efectivas sin cargo para los contribuyentes. La industria tabacalera afirma que los costes serían prohibitivos, pero este argumento carece de credibilidad ya que sus integrantes modifican constantemente los diseños de los envases.

¿En qué consiste el proceso de revisión de la TPD?

La Comisión está elaborando una propuesta legislativa relativa a la revisión de la TPD que se presentará a principios de 2012. A continuación la propuesta será sometida al proceso de codecisión (Parlamento Europeo y Consejo). La TPD revisada entraría en vigor en 2014.²⁶

¿Qué puede hacer la Comisión Europea para garantizar una aplicación eficaz de los artículos 11 y 13 y sus directrices a escala comunitaria?

La Comisión está capacitada para introducir advertencias gráficas obligatorias y un diseño sencillo y normalizado de los envases en su propuesta de revisión de la TPD. La Unión Europea es una Parte de pleno derecho del CMCT. En consecuencia, la Comisión debe garantizar que la propuesta que se adopte cumple los compromisos asumidos por la UE como Parte del Tratado, a la vez que se alinea con las políticas más avanzadas en materia de control del tabaco.

¿Qué puede hacer el Parlamento Europeo para garantizar una aplicación eficaz de los artículos 11 y 13 y sus directrices a escala comunitaria?

Como institución comunitaria elegida directamente por los ciudadanos, el Parlamento Europeo y sus miembros (MPE) deben instar a sus respectivos gobiernos nacionales a aplicar de manera eficaz los artículos 11 y 13 y sus directrices en nombre de los ciudadanos europeos, habida cuenta del importante apoyo público del que gozan las medidas relativas a las advertencias gráficas obligatorias y los envases sencillos y normalizados. El Parlamento desempeñará un papel esencial en la aplicación de toda propuesta de revisión de la TPD por parte de la Comisión. Por consiguiente, es primordial que los MPE apoyen activamente la adopción de dichas medidas.

¿Qué pueden hacer los Estados miembros para garantizar una aplicación eficaz de los artículos 11 y 13 y sus directrices a escala comunitaria?

Para garantizar la aplicación de los artículos 11 y 13 y sus directrices en la UE, los Estados miembros deben expresar su apoyo a la introducción de advertencias gráficas obligatorias y envases sencillos y normalizados en todo el territorio comunitario. Asimismo, los Estados miembros pueden influir en el proceso implantando las advertencias gráficas en sus respectivos países. De este modo, apoyan de forma indirecta su aprobación a nivel comunitario. Por último, Francia²⁷, Finlandia²⁸, Bélgica²⁹ y Reino Unido³⁰ han expresado su interés por los envases sencillos y normalizados, lo que constituye un claro llamamiento a la UE para que tales medidas se aprueben a escala comunitaria.

27 10 de diciembre de 2010, Proposition de Loi No. 3005 Proposition de loi visant à l'instauration d'un paquet de cigarettes neutre et standardisé, (Ley encaminada a introducir los envases sencillos y normalizados para cigarrillos)

28 Ministerio de Salud y Asuntos Sociales de Finlandia, "Minister Risikko conveyed a letter regarding plain packaging of tobacco products to EU Commissioner for Health", 12 de octubre de 2009 (nueva edición) <http://www.stm.fi/en/pressreleases/webnews/view/1524699#en>

29 Le 19 avril 2011 Proposition de loi modifiant la loi du 24 janvier 1977 relative à la protection de la santé des consommateurs en ce qui concerne les denrées alimentaires et les autres produits et visant à l'instauration d'un paquet de cigarettes neutre (19 de abril de 2011, ley encaminada a modificar la ley del 24 de enero de 1977 sobre la protección de la salud de los consumidores con respecto a los alimentos y otros productos y a introducir paquetes de tabaco neutros).

30 9 de marzo de 2011, Healthy Lives, Healthy People: A Tobacco Control Plan for England, p.22. http://www.dh.gov.uk/prod_consum_dh/groups/dh_digitalassets/documents/digitalasset/dh_124960.pdf



The Smoke Free Partnership (SFP) is a strategic, independent and flexible partnership between the European Respiratory Society, Cancer Research UK and the European Heart Network. It aims to promote tobacco control advocacy and policy research at EU and national levels in collaboration with other EU health organisations and EU tobacco control networks.

This document has been produced with the help of a grant from the World Lung Foundation. The contents of this document are the sole responsibility of the authors and can under no circumstances be regarded as reflecting the positions of the International Union Against Tuberculosis and Lung Disease (The Union) nor those of the Donors.

Drafter: Céline Brassart

Editors: Archie Turnbull, Jean King, Susanne Logstrup, Fiona Godfrey, Robert Cunningham, Florence Berteletti Kemp and Sam Villiers.

Smokefree Partnership
49-51 rue du Treves, 1040 Brussels, Tel: +32 2 238 53 63
www.smokefreepartnership.eu