



UN FILM DE NADIA COLLOT

**LE PACTE
LE COMLOT
LA CORRUPTION
LE SILENCE**

TABAC

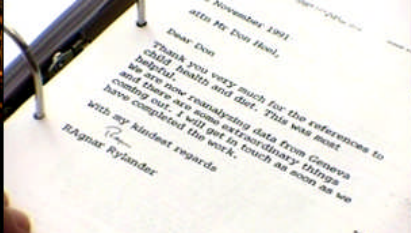
LA CONSPIRATION



dossier de presse

RETENEZ VOTRE SOUFFLE JUSQU'AU 5 AVRIL 2006 !

PRIX DU MEILLEUR SCENARIO DOCUMENTAIRE
SUNNY SIDE OF THE DOC



CE DOCUMENTAIRE DENONCE POUR LA PREMIERE FOIS LES AGISSEMENTS DE L'INDUSTRIE DU TABAC DEPUIS PLUS D'UN DEMI-SIECLE.

LE FILM

PLUS DE TROIS ANS D'ENQUÊTE

ont permis de démontrer, de décrypter comment l'industrie du tabac parvient, malgré tout et malgré tous, à conserver, voire à accroître sa toute puissance au détriment de la santé publique.

En quatre-vingt dix minutes, et sur trois continents, l'Amérique du Nord, l'Europe et l'Afrique, « **Tabac, la conspiration** » déroule l'écheveau de cette grande conspiration, en trois temps forts :

LA MANIPULATION SCIENTIFIQUE

Il a été prouvé encore récemment que les « *majors* » de l'industrie du tabac s'étaient coalisées pour recruter des scientifiques et des professeurs d'université qui ont publié des articles mensongers sur la non nocivité du tabac, puis du tabagisme passif.

LA SUBVERSION COMMERCIALE

Que ce soit à travers le placement de produits et la « *glamourisation* » du tabac au cinéma, la création de cache-paquets destinés à masquer les messages imposés par la loi, ou d'une façon générale les actions destinées à retarder l'application de la loi ou à la contourner, les industries ont tout essayé.

LA STRATEGIE ÉCONOMIQUE

Pour se développer mieux et plus vite, infiltrer des pays aux marchés fermés, toucher les jeunes et les pauvres, l'industrie met en place son propre réseau de contrebande.

Imprégné de spectacle et d'émotion, ce documentaire démontre de façon tour à tour grave, haletante et comique, les manipulations de cette puissante industrie dont nous sommes les otages.

LES INTERVENANTS

- **Garfield Mahood**
Association droits des non-fumeurs, Canada
- **Nicolas Villain**
Comité National Contre le Tabagisme
- **Anna White**
Essential Action Washington
- **Eric LeGresley**
Avocat. Spécialiste documents sur le tabac
- **Inoussa Saouna**
S.O.S. Tabagisme, Niger
- **Eric Lichtblau**
Rédacteur au New York Times
- **Robert Blakey**
Professeur de droit
- **Docteur William Farone**
Ex-Directeur recherche Philip Morris 1976-1984
- **Professeur Gérard Dubois**
Alliance Contre le Tabac
- **Heidi Rathjen & Louis Gauvin**
Coalition québécoise pour le contrôle du tabac
- **Docteur Madeleine Dalton**
Pédiatre et chercheur
- **Joe Eszterhas**
Scénariste hollywoodien et romancier
- **Francis Caballero**
Avocat et professeur
- **Docteur Stan Glantz**
Contrôle du tabac, Université de San Francisco
- **Heather Crowe**
Ex-serveuse à Ottawa
- **Pascal Diethelm**
Oxygène, Suisse
- **Professeur Alexandre Mauron**
Professeur bioéthique, Université de Genève
- **Docteur Jean-Charles Rielle**
CIPRET, Suisse
- **Docteur Ragnar Rylander**
Université de Göteborg, Suède
- **Docteur Chris Proctor**
Responsable Tabac-Santé, B.A.T.
- **Christopher Ogden**
Tobacco Manufacturers Association, Angleterre
- **Edward Horrigan**
Directeur Général, Liggett Group Inc.
- **James J. Morgan**
Ex-PDG Philip Morris Intl.



LES CIGARETTIERS POURSUIVENT LEUR EXPANSION VERS L'AFRIQUE EN DEVELOPPANT UN RESEAU DE CONTREBANDE. LA-BAS LES CIGARETTES VALENT MOINS CHER QUE L'EAU.

NADIA COLLOT

REALISATRICE

Le tabac a accompagné ma vie depuis ma naissance. Petit fœtus issu d'une grossesse tabagique, j'ai été fumeuse pendant vingt ans.

Mon père est mort à cinquante-six ans d'un cancer du poumon.

Depuis, j'ai fait au moins dix tentatives pour arrêter de fumer avant d'écraser celle que j'espère être ma dernière cigarette.

Et puis j'ai découvert un paquet de cigarettes dans la chambre de mon fils de quatorze ans. Si beaucoup d'entre nous fument encore, qui souhaite voir son enfant être pris dans l'engrenage ?

Que faire pour que ce «cycle» infernal s'arrête ? Malgré les campagnes de prévention, pourquoi les messages liés aux dangers du tabac ne passent-ils pas ? La cigarette est toujours vue comme un produit de consommation courante, banal et peu dangereux, alors qu'elle tue un consommateur sur deux.

J'ai voulu comprendre et j'ai décidé de prendre mes « armes » de réalisatrice pour dénoncer cette escroquerie, preuves à l'appui.

Les difficultés à mener cette enquête ne se sont pas fait attendre. Face au silence de l'industrie, il fallait trouver des « taupes » prêtes à témoigner. Je crois être la première à avoir réussi. Ce travail a été très long et a joué sur la confiance et la protection des sources.

D'un point de vue cinématographique, il a été très compliqué de faire un film sur cette thématique qui, de prime abord, n'est pas très « sexy » visuellement. Rien ne ressemble plus à un fumeur qu'un autre fumeur ! Les industries refusant que nous utilisions leurs banques d'images, j'en ai profité pour rebondir, en tissant un film qui n'avait pas d'autre choix que d'être inventif au niveau de l'image et du rythme !

Cette aventure m'a appris que la patience et la passion permettent de surmonter bien des obstacles. J'espère qu'au final ces trois années de combat aideront à vaincre un peu le cynisme ambiant et à redonner du poids à l'action citoyenne.

MARIE HÉLÈNE RANG

PRODUCTRICE

Il nous a fallu plus de trois ans pour parvenir à développer un tel documentaire. Parce que le but que nous nous étions fixé était ambitieux. Parce qu'on ne s'attaque pas à une industrie aussi structurée que celle du tabac sans se heurter aux portes qui se ferment, à la peur des uns et au silence des autres.

C'est un sujet qui a été effleuré par la presse, au fil de ces dernières années, mais n'avait encore jamais été travaillé de manière aussi globale et internationale et jamais avec une ambition d'une telle envergure.

Aucune enquête à ce jour n'a démonté et démontré de façon aussi fouillée la grande manipulation orchestrée par les industries du tabac, faisant front commun contre les avancées de la santé publique depuis plus d'un demi-siècle.

Nous nous sommes attachés, outre le travail d'investigation sur le fond, à chercher une forme artistique nouvelle, dans laquelle la gravité du sujet ne prenne pas le pas sur l'humour, dans laquelle la dénonciation ne prenne pas le pas sur le plaisir de l'image.

Le mutisme total de l'industrie auquel nous avons été confrontés nous a conduits à choisir un traitement sous forme de thriller et nous a amenés à mettre en place des reconstitutions sous forme de fiction, auxquelles se mêlent des extraits de longs métrages, des publicités anti-tabac du monde entier, et enfin des tournages en Europe, en Amérique et en Afrique.

L'objectif n'est pas de relancer le débat sur la nocivité de la cigarette, car tout le monde la connaît. L'objectif n'est ni de culpabiliser ni de dénoncer les fumeurs. L'objectif est de montrer à tous, fumeurs, non fumeurs, jeunes et moins jeunes, ... qu'on s'est, une fois de plus, bien foutu de nous !

Et que la désinformation est, de loin, l'arme la plus dangereuse des grands de ce monde contre le citoyen que nous sommes.



LE REVENU DE LA SEULE ENTREPRISE PHILIP MORRIS EQUIVAUT AU PNB D'UN ETAT MOYEN. SEULEMENT UNE DIZAINE D'ETATS AU MONDE ONT UN PNB SUPERIEUR AUX REVENUS DE L'INDUSTRIE DU TABAC PRISE DANS SON ENSEMBLE.

L'ENQUÊTE

Nadia Collot commence à tourner en 2001, seule, avec une caméra légère. Épluchant des milliers de documents internes de l'industrie du tabac, elle se rend compte du décalage entre ce que les cigarettiers affirment et ce qu'ils savent du danger de leur produit.

Pour mieux comprendre, elle tente alors de se faire embaucher au sein de l'industrie du tabac. Impossible, l'industrie n'embauche pas, elle coopte : « *Les annonces d'emploi n'existent pas. Les nouveaux engagés sont toujours des relations familiales ou amicales des précédents employés. Pour garder le secret.* »

A Londres, elle s'introduit sous une fausse identité à un congrès du tabac qui explique la stratégie à adopter face aux affirmations de la recherche médicale sur les méfaits du tabagisme passif. Et capte sous le manteau les détails de leur plan de désinformation.

Après des années d'approche, des repentis lui dévoilent les techniques utilisées pour enfreindre la loi, la contourner en toute impunité ou retarder son application.

La loi interdit-elle la pub ? Qu'importe, les marques organisent des soirées pour jeunes où les cigarettes sont offertes. Et sponsorisent épreuves sportives et événements extrêmes. Un document confidentiel, qu'une industrie a omis de détruire le confirme : « *Notre marque doit s'impliquer d'avantage dans le groupe des 14-24 ans.* »

Très tôt, les marques ont compris que le cinéma et la télévision étaient des outils de marketing des plus efficaces.

S'est-on aperçu que les films de cinéma des années 1990 mettaient en scène plus de fumeurs que ceux des années 1950 ? Qui sait que Sylvester Stallone a signé un contrat de 500.000 dollars dans lequel il s'engage à fumer leurs cigarettes dans cinq longs métrages ?

Autre cible privilégiée de l'industrie aujourd'hui : les pays pauvres. Pour faire face à la chute de 8 % de la consommation de tabac en Europe occidentale, les cigarettiers comptent dorénavant sur une augmentation de 16 % de leurs ventes en Afrique.

Et cela en usant de stratégies commerciales aux méthodes mafieuses : d'abord arroser un pays du tiers-monde en cigarettes quasi gratuites, assurer une addiction de plus en plus importante de la population et notamment des jeunes, par un sponsoring sportif et musical très agressif.

Ensuite organiser la contrebande puis la dénoncer auprès des gouvernements pour les inciter à ouvrir des usines locales et récupérer les recettes fiscales liées à la vente de cigarettes. Créer tout simplement l'offre et la demande...

« *A Agadez, on m'a dit que j'étais folle de défier ainsi les hommes en turban qui ont la main sur le trafic. On m'a dit mille fois de partir, mais j'ai tourné quand même.* »

Au-delà de la stratégie économique et commerciale, le film décrypte, preuves à l'appui, la manipulation scientifique à laquelle se livrent les majors depuis toujours.

Quand au début des années 50, des études scientifiques paraissaient, qui montrent que 94 % des cancers du poumon se produisent chez les fumeurs, les cigarettiers se coalisent pour créer les moyens de maintenir la controverse le plus longtemps possible, en engageant des scientifiques véreux, en déversant de l'argent sale sur des politiques et des... journalistes qui maintiennent le doute et pérennise le mensonge.

Etonnants aussi, les aveux de cet ancien directeur de la recherche chez Philip Morris, qui affirme qu'il était tout à fait possible de produire des cigarettes considérablement moins nocives ou de fabriquer d'inoffensifs inhalateurs de nicotine, mais que tel n'était pas la volonté du groupe.

Et pourtant, au-delà de ces révélations, le caractère inédit de ce film n'est pas tant de « sortir des scoops », que de dresser, autour d'une **construction implacable, un argumentaire rigoureux, preuves à l'appui.** Les industries du tabac sont confrontées aujourd'hui, pour la première fois à **un document impitoyable...**



« LA NICOTINE CREE LA DEPENDANCE, NOUS VENDONS UNE DROGUE QUI CREE LA DEPENDANCE... »

DOCUMENT INTERNE. BROW AND WILLIAMSON, 1983

TABAC, LA CONSPIRATION

DANS LES ROUAGES D'UNE INDUSTRIE MEUTRIERE

UN FILM DE 92 MN DE NADIA COLLOT

- une coproduction
Kuiv / Michel Rotman
& l'Office National du Film du Canada
- produit par
Marie Hélène Ranc (Kuiv Productions)
& **Joanne Carrière (O.N.F.)**
- musique originale
René Schmid
- avec la participation de
FRANCE 2,
PLANÈTE,
RTBF, Claire Colart,
TSR, Irène Challand,
SBS TV Australia,
l'Institut National de Prévention
et d'Éducation pour la Santé,
la Ligue contre le Cancer,
le Comité National Contre le Tabagisme,
& l'Institut National du Cancer.
- avec le soutien de
La Procirep, de l'**ANGOA-AGICOA** et du
Centre National de la Cinématographie
- nos partenaires



Partenariats avec des associations
de lutte contre le tabac.
Organisations d'avant-premières
suivies de débats.

AU CINÉMA LE 5 AVRIL 2006

WWW.TABAC-LEFILM.COM

WWW.NUIGRAVE.COM



**DISTRIBUTION FRANCE
ET PROGRAMMATION**

NOVOCINE

République Innovation
18 rue du Faubourg du Temple
75011 PARIS

Etienne Ollagnier

Tel +33 (0) 1 55 28 17 42
Fax +33 (0) 1 55 28 17 50
[etienne.ollagnier@novocine.com]

Sarah Chazelle

Tel +33 (0) 1 55 28 17 44
Fax +33 (0) 1 55 28 17 50
[sarah.chazelle@novocine.com]



PRODUCTION

KUIV

55bis, rue de Lyon
75012 PARIS

Marie Hélène Ranc

Tel: +33 (0) 1 44 75 79 15
Fax: +33 (0) 1 44 75 79 19
[m.ranc@kuiv.com]



agence de communication
ATTACHÉ DE PRESSE

MIAM

94, rue Saint Lazare
75009 PARIS
Tel: +33 (0) 1 55 50 22 22
Fax: +33 (0) 1 55 50 22 23

Stéphane Ribola

[s.ribola@miamcom.com]

Blanche Aurore Duault

[ba.duault@miamcom.com]