
Dia Mundial sem Tabaco

31 de maio de 2014

***Aumento de impostos
sobre produtos de tabaco***

Apresentação e orientações técnicas

Rio de Janeiro, RJ

INCA

2014

© 2014 Instituto Nacional de Câncer José Alencar Gomes da Silva/ Ministério da Saúde.

Todos os direitos reservados. A reprodução, adaptação, modificação ou utilização deste conteúdo, parcial ou integralmente, são expressamente proibidas sem a permissão prévia, por escrito, do INCA e desde que não seja para qualquer fim comercial. Venda proibida. Distribuição gratuita.

Esta obra pode ser acessada, na íntegra, na Biblioteca Virtual em Saúde Prevenção e Controle de Câncer (<http://controlecancer.bvs.br/>) e no Portal do INCA (<http://www.inca.gov.br>).



Esta obra é disponibilizada nos termos da Licença Creative Commons – Atribuição – Não Comercial – Sem Derivações – 4.0 Internacional.

Tiragem: edição eletrônica.

Elaboração, distribuição e informações

MINISTÉRIO DA SAÚDE
INSTITUTO NACIONAL DE CÂNCER JOSÉ
ALENCAR GOMES DA SILVA (INCA)
Coordenação-Geral de Prevenção e Vigilância
(CGPV)
Divisão de Controle do Tabagismo
Divisão de Comunicação Social (DCS)
Secretaria Executiva da Comissão Nacional para a
Implementação da Convenção-Quadro para o
Controle do Tabaco (CONICQ)
Praça Cruz Vermelha, 23
Centro – Rio de Janeiro – RJ
CEP: 20231-130
Tel.: 21-3207-5976
E-mail: prevprim@inca.gov.br
www.inca.gov.br

Edição

COORDENAÇÃO-GERAL DE PREVENÇÃO E VIGILÂNCIA
Serviço de Edição e Informação Técnico-Científica
Rua Marquês de Pombal, 125
Centro – Rio de Janeiro – RJ
Cep 20230-240
Tel.: (21) 3207-5500

Supervisão Editorial

Letícia Casado

Edição e Produção Editorial

Taís Facina

Revisão

Maria Helena Rossi Oliveira

Normalização Bibliográfica e Ficha Catalográfica

Camila Belo/ CRB:7/5755

Instituto Nacional de Câncer José Alencar Gomes da Silva. Coordenação Geral de Prevenção e Vigilância. Divisão de Controle do Tabagismo e Outros Fatores de Risco.

Aumento de impostos sobre produtos de tabaco : apresentação e orientações técnicas. / Instituto Nacional de Câncer José Alencar Gomes da Silva, Coordenação Geral de Prevenção e Vigilância, Divisão de Controle do Tabagismo e Outros Fatores de Risco – Rio de Janeiro: INCA, 2014.

22 p.

1. Tributação sobre os Produtos Derivados do Tabaco. 2. Indústria do tabaco - economia. 3. Campanhas para o controle do tabagismo. 4. Brasil. I. Título.

CDD 336.27867973

Catálogo na fonte – Serviço de Edição e Informação Técnico-Científica

Títulos para indexação

Em inglês: Increasing taxes on tobacco products: presentation and technical guidelines.

Em espanhol: El aumento de los impuestos sobre los productos del tabaco: la presentación y orientación técnica.

Sumário

1. O DIA MUNDIAL SEM TABACO: O QUE É	4
1.1. Tema da Campanha 2014: “Aumento de impostos sobre produtos de tabaco”.....	4
1.2. A Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco:.....	4
1.3. Justificativa: medidas relacionadas a preços e impostos.....	5
2. O DIA MUNDIAL SEM TABACO 2014 NO BRASIL	7
2.1. O tema no Brasil.....	7
2.2. Próximos passos	9
3. DADOS E EVIDÊNCIAS	10
4. A CELEBRAÇÃO DO DIA MUNDIAL SEM TABACO 2014	14
4.1. Propostas de atividades comemorativas e informativas sobre o tema	14
5. ANEXOS	16
5.1. Instrução Normativa 6, de 14 de março de 2014	16
6. REFERÊNCIAS	20

1. O DIA MUNDIAL SEM TABACO: O QUE É

O Dia Mundial sem Tabaco – 31 de maio – foi criado em 1987 pela Organização Mundial da Saúde (OMS) para alertar sobre as doenças e mortes evitáveis relacionadas ao tabagismo. No Brasil, o Instituto Nacional de Câncer José Alencar Gomes da Silva (INCA) é o órgão auxiliar do Ministério da Saúde (MS) no desenvolvimento e coordenação das ações integradas para a prevenção e o controle do câncer no Brasil, Centro Colaborador da OMS para controle do tabaco e responsável pelo Programa Nacional de Controle do Tabagismo e pela divulgação e comemoração da data, de acordo com o tema estabelecido a cada ano pela Organização. As ações são articuladas com as Secretarias Estaduais e Municipais de Saúde dos 26 estados e Distrito Federal, envolvendo, também, a sociedade.

1.1. Tema da Campanha 2014: “Aumento de impostos sobre produtos de tabaco”

Todos os anos, em 31 de maio, a OMS e seus parceiros comemoram o Dia Mundial sem Tabaco para alertar sobre os riscos do tabagismo e defender políticas para reduzir o consumo de tabaco.

Para 2014, a OMS definiu o tema “Aumento de Impostos sobre Produtos de Tabaco” para ser trabalhado internacionalmente. Os objetivos específicos da temática escolhida são:

- Estimular os governos a aumentarem os impostos sobre cigarros para reduzir o consumo.
- Mobilizar os indivíduos e as organizações da sociedade civil a estimular seus governos a adotarem essa medida.

1.2. A Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco:

A Política Nacional de Controle do Tabaco é orientada ao cumprimento de medidas e diretrizes da Convenção-Quadro para Controle do Tabaco (CQCT), tratado internacional de saúde pública ratificado pelo Congresso Nacional do Brasil em 2005, que tem como objetivo conter a epidemia global do tabagismo.

A Convenção traz em seu texto um artigo específico sobre medidas relacionadas a preços e impostos, conforme pode ser visto abaixo:

Artigo 6

Medidas relacionadas a preços e impostos para reduzir a demanda de tabaco

1. As Partes reconhecem que medidas relacionadas a preços e impostos são meios eficazes e importantes para que diversos segmentos da população, em particular os jovens, reduzam o consumo de tabaco.
2. Sem prejuízo do direito soberano das Partes em decidir e estabelecer suas respectivas políticas tributárias, cada Parte levará em conta seus objetivos nacionais de saúde no que se refere ao controle do tabaco e adotará ou manterá, quando aplicável, medidas como as que seguem:

- a) aplicar aos produtos do tabaco políticas tributárias e, quando aplicável, políticas de preços para contribuir com a consecução dos objetivos de saúde tendentes a reduzir o consumo do tabaco;
 - b) proibir ou restringir, quando aplicável, aos viajantes internacionais, a venda e/ou a importação de produtos de tabaco livres de imposto e livres de tarifas aduaneiras.
3. As Partes deverão fornecer os índices de taxação para os produtos do tabaco e as tendências do consumo de produtos do tabaco, em seus relatórios periódicos para a Conferência das Partes, em conformidade com o artigo 21.

1.3. Justificativa: medidas relacionadas a preços e impostos

Em setembro de 2011, durante a reunião da Organização das Nações Unidas (ONU) com chefes de Estado para tratar de estratégias para conter a escalada das Doenças Crônicas Não Transmissíveis (DCNT), discutiu-se como o controle do tabagismo e, em especial, o aumento de preços e impostos sobre produtos de tabaco é uma das medidas mais custo-efetivas para reduzir as mortes por DCNT.

As diretrizes que estão em elaboração para orientar os países na implementação do Artigo 6º da CQCT se baseiam em dados científicos atualizados, melhores práticas e experiências dos países que implementaram com sucesso medidas relacionadas com os preços e impostos para reduzir o consumo de tabaco e prevalência de fumantes. E assumiram os seguintes princípios:

I – Aumentar o tributo sobre o tabaco é eficaz na redução significativa do consumo de tabaco e na prevalência do tabagismo:

O aumento da carga tributária sobre os produtos de tabaco aumenta o preço real de venda ao consumidor, o que leva a uma diminuição do consumo e da prevalência e, por conseguinte, da redução das taxas de mortalidade e morbidade, além de melhorar a saúde da população. O aumento dos impostos do tabaco é particularmente importante para proteger os jovens contra a iniciação ou sua continuidade como consumidores de produtos do tabaco.

II – O aumento de impostos sobre o tabaco é uma importante fonte de receita:

Maior tributação sobre o tabaco representa uma contribuição significativa para os orçamentos nacionais. Aumentar os impostos sobre o tabaco incide positivamente sobre as receitas fiscais porque o aumento de impostos geralmente supera a redução do consumo de produtos do tabaco.

III - Impostos sobre o tabaco são economicamente eficientes e reduzem as desigualdades em saúde:

Uma maior tributação sobre o tabaco é considerada economicamente eficiente uma vez que se aplica a um produto cuja demanda é inelástica. Essa explicação decorre da manutenção da demanda do tabaco pelo consumidor devido à dependência química, independente do aumento de preços. Grupos

populacionais de baixa e média rendas são mais sensíveis a aumentos nos impostos e preços, portanto, com maior redução do consumo e na prevalência entre esses grupos do que entre os de renda mais alta, reduzindo a pobreza e as desigualdades na saúde.

2. O DIA MUNDIAL SEM TABACO 2014 NO BRASIL

Em dezembro de 2011, a política nacional de preços e impostos obteve um importante avanço com a sanção da **Lei 12.546**, que altera a sistemática de tributação do IPI e institui uma política de preços mínimos para os cigarros. Desde maio de 2012, o preço mínimo passou a ser de R\$ 3,00, aumentando R\$ 0,50 anualmente até atingir R\$ 4,50 em 2015. Atualmente, o preço mínimo de R\$ 4,00 é válido em todo o território nacional e qualquer cigarro vendido abaixo desses valores será ilegal.

Devido à realidade política brasileira, que já possui avanços em medidas relacionadas a preços e impostos, será feita uma adaptação do tema da OMS, possibilitando que o Dia Mundial sem Tabaco 2014 apresente à população as ações de preços e impostos adotadas pelo Brasil com ênfase nos preços mínimos de cigarro e a importância de seu cumprimento. Sendo assim, a data servirá para divulgar como o aumento de impostos e preços sobre produtos de tabaco é **uma das medidas mais custo-efetivas** para reduzir o tabagismo, **especialmente a iniciação entre adolescentes e o consumo pela população de baixa renda**, contribuindo para reduzir o custo das doenças tabaco-relacionadas sobre toda a sociedade.

2.1. O tema no Brasil

Em todo o mundo, a maioria das pessoas começa a fumar antes dos 18 anos. No Brasil, de acordo com a Pesquisa Especial sobre Tabagismo realizada pelo MS e pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em 2008, **80%** dos fumantes iniciaram no tabagismo antes dos **19 anos** e **20%** com **menos de 15 anos**. Já a Pesquisa Nacional sobre Saúde do Escolar (também produzida pelo MS e IBGE) mostrou que, em 2009, **24,2% dos escolares entre 13 e 15 anos experimentaram cigarros**: certamente a facilidade do acesso aos produtos vendidos a preços muito baixos no Brasil naquela ocasião teve sua parcela de contribuição.

Em 2011, o Brasil deu um grande passo ao reestruturar o Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) para cigarros, o que gerou um significativo aumento da carga tributária sobre esse produto e de seu preço final ao consumidor. Também se instituiu pela primeira vez uma política de preços mínimos sobre cigarros: qualquer valor menor do que o decretado torna a venda ilegal.

Essas são medidas centrais para reduzir o acesso de jovens aos produtos de tabacos. Tanto que, em 2012, a repetição da Pesquisa Nacional sobre Saúde do Escolar apresentou um nível menor de experimentação entre escolares: **19,6%**.

É importante ressaltar que o jovem é particularmente vulnerável, uma vez que a adolescência é caracterizada por transformações biológicas e psicossociais que tornam essa fase do ciclo de vida um momento de especial suscetibilidade a estímulos externos. É nesse período que o indivíduo busca formatar sua futura identidade enquanto adulto, a partir de seus sonhos e aspirações de ideais de autoimagem. Nessa fase da vida, a aceitação pelo grupo social é fundamental e, por isso, o jovem busca formas de se sentir fortalecido por meio de comportamentos e atitudes que o façam ser admirado pelos pares. E mais: quanto

mais cedo o jovem começa a fumar, maior probabilidade ele terá de se tornar um adulto fumante regular e menor probabilidade terá de parar de fumar.

O artigo 7º do Decreto nº 7.555, de 19 de agosto de 2011, regulamenta o preço mínimo de venda no varejo dos cigarros, válido em todo o território nacional, de acordo com a tabela abaixo:

Tabela 1 – Preço mínimo de venda no varejo de cigarros

VIGÊNCIA	VALOR POR VINTENA
01/05/2012 a 31/12/2012	R\$ 3,00
01/01/2013 a 31/12/2013	R\$ 3,50
01/01/2014 a 31/12/2014	R\$ 4,00
A partir de 01/01/2015	R\$ 4,50

De acordo com o Decreto, o estabelecimento varejista que comercializar cigarros abaixo do preço mínimo ficará proibido de comercializar cigarros pelo prazo de cinco anos-calendário (além de aplicada pena de perdimento aos produtos). O fabricante de cigarros que divulgar tabela de preços de venda no varejo abaixo do preço mínimo, bem como comercializar cigarros a estabelecimento varejista enquadrado na hipótese de proibição de comercialização desses produtos, terá cancelado seu Registro Especial pela Secretaria da Receita Federal do Brasil.

Ademais, os fabricantes e importadores de cigarros devem assegurar que os preços de venda no varejo, à data de sua entrada em vigor, sejam divulgados ao consumidor mediante tabela informativa, inclusive com referência à proibição de comercialização de cigarros abaixo do preço mínimo, e que deverá ser entregue aos estabelecimentos varejistas. Os estabelecimentos varejistas deverão afixar e manter em local visível ao público a tabela de preços de venda no varejo das marcas de cigarros que comercializarem, cobrando dos consumidores exatamente os preços dela constantes. A comercialização de cigarros no país somente poderá ser efetuada em carteiras contendo 20 unidades, ou seja, torna-se proibida a venda de cigarros avulsos.

Por meio dessa medida, buscou-se corrigir uma situação em que os preços dos cigarros praticados no mercado brasileiro eram considerados um dos mais baratos do mundo e criou-se um ambiente de menor acesso econômico aos produtos de tabaco. Enfim, é importante para o Brasil disseminar que o aumento de impostos e preços sobre produtos de tabaco reduz o tabagismo, as cargas de doenças e mortes tabaco-relacionadas e prejuízos que os mesmos causam para a sociedade e com isso amplia o apoio social a essa medida.

2.2. Próximos passos

Atualmente, um dos aspectos que o Brasil está a trabalhar é o processo de adesão e ratificação do **Protocolo para Eliminar o Mercado Ilegal de Produtos de Tabaco**, relacionado ao Artigo 15 da CQCT (combate ao mercado ilegal de produtos de tabaco).

É importante ressaltar que o Artigo 15 está ligado à implantação do Artigo 6º da Convenção, uma vez que os baixos preços dos produtos de tabaco ilegais podem minar os efeitos esperados com o aumento de impostos e preços dos cigarros vendidos no mercado legal.

O **Protocolo para Eliminar o Mercado Ilegal de Produtos de Tabaco** foi negociado durante cinco anos entre os Estados Partes da CQCT e o Brasil teve papel protagonista. Em novembro de 2012, o texto final do documento foi aprovado por unanimidade pela 5ª Conferência dos Estados Partes da CQCT, em Seoul. O **Protocolo** só entrará em vigor depois que um total de 40 países ratificarem sua adesão. Até o momento 54 Partes da Convenção assinaram o compromisso de aderir ao documento, porém apenas um o ratificou (Nicarágua). Atualmente, seu texto encontra-se na ONU aberto para adesões e depósito das ratificações.

Em âmbito interno, a Comissão Nacional para Implementação da Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco (CONICQ) trabalha para promover a assinatura e a ratificação do Protocolo pelo Brasil.

3. DADOS E EVIDÊNCIAS

EFEITO POSITIVO DO AUMENTO DE IMPOSTOS E PREÇOS DOS CIGARROS SOBRE A PREVALÊNCIA DE TABAGISMO

Políticas de preços e impostos são amplamente reconhecidas como um dos meios mais custo-efetivos para reduzir a demanda por produtos de tabaco. Por isso, a CQCT traz em seu texto o Artigo 6º - Medidas relacionadas a preços e impostos para reduzir a demanda por produtos de tabaco.

O tabagismo cria uma grande carga econômica para a sociedade em geral. Quanto maiores forem os custos associados com doenças tabaco-relacionadas maiores serão os custos indiretos associados com perda prematura de vidas, incapacitações devido a doenças tabaco-relacionadas e perda de produtividade criando significativas externalidades negativas relacionadas ao uso de produtos de tabaco. O aumento dos impostos sobre produtos de tabaco não só reduzem essas externalidades através da redução do consumo e prevalência de tabagismo como também contribuem para compensar os gastos do governo com o tratamento de doenças tabaco-relacionadas.

Estudos econométricos feitos em diversas partes do mundo, analisados pelo Banco Mundial, confirmam que uma das medidas mais efetivas para reduzir a prevalência e o consumo de produtos de tabaco é o aumento de preço. Esses estudos mostram que, em média, um aumento real de preço de **10% reduziria a demanda por produtos de tabaco em cerca de 4% em países de renda elevada e em cerca de 8% em países de renda média e baixa. Segundo o Banco Mundial, um aumento da taxaçaõ capaz de elevar o preço em 10% em todo o mundo poderia reduzir cerca de 42 milhões o número de fumantes e preveniria, no mínimo, 10 milhões de mortes relacionadas ao tabagismo.**

Esses estudos também mostram que aumentos de preços de produtos de tabaco afetam o comportamento, principalmente, de jovens e pessoas de baixa renda que tendem a ter uma resposta mais imediata a tal medida. Devido à capacidade do tabaco em causar dependência, fumantes “antigos” mais dependentes estão menos dispostos a reduzir o consumo e se ajustam mais rapidamente aos aumentos de preços do que os jovens que ainda não são dependentes. Além disso, tanto os jovens como pessoas de baixa renda, por gastarem uma grande parte de sua já reduzida renda na compra de derivados do tabaco, tendem a ter uma resposta mais imediata a um aumento de preços.

Um recente estudo publicado no *New England Journal of Medicine* concluiu que uma taxaçaõ agressiva sobre produtos de tabaco é fundamental para se alcançar a meta global de reduzir a prevalência de tabagismo em 30% pactuada pelos países na Assembleia Mundial da Saúde de 2013.

Uma revisão da *International Agency for Research on Cancer* (IARC) de mais de 100 estudos econométricos publicada em 2011 concluiu que o aumento dos impostos sobre cigarros é inversamente relacionado ao consumo. E que um aumento de 50% dos preços dos cigarros ajustados pela inflaçãõ reduz o consumo em cerca de 20% tanto em países desenvolvidos como em desenvolvimento.

Estudos recentes também mostram evidências de que o aumento nos preços dos cigarros diminui a iniciação no tabagismo entre adolescentes e evita de os jovens fumantes evoluírem da experimentação para o uso diário regular de produtos de tabaco. O aumento dos preços detém os jovens fumantes de ampliar seu nível de dependência à nicotina evitando que evoluam da categoria de fumantes leves (< de 5 cigarros por dia) para a categoria de fumantes pesados (> de 15 cigarros por dia).

Uma pesquisa canadense concluiu que a probabilidade da iniciação entre jovens na faixa de 20 a 24 anos aumentou depois que uma redução na taxação de cigarros levou à redução dos preços desses produtos e que a magnitude do impacto está relacionada ao tamanho da redução dos preços.

Em 1995, um estudo econométrico realizado no Brasil já mostrava o quanto os consumidores brasileiros são sensíveis a mudanças nos preços dos cigarros. O resultado indicou que um aumento de 10% no preço desse produto reduziria seu consumo em, no mínimo 1,1% e, no máximo em 1,9%, o que comprova que aumento nos preços dos cigarros via aumentos nos impostos é uma medida eficaz na redução do consumo de cigarros. E ainda, considerando um consumidor que fuma um maço de cigarros por dia, este estudo também demonstrou que um aumento de 10% no preço reduziria seu consumo, no curto prazo (um trimestre) em no mínimo um maço (20 cigarros) e no máximo 1,7 maços (34 cigarros). Ainda de acordo com esse estudo, um aumento de 100% na taxação sobre o preço de venda resultaria em um aumento na arrecadação de impostos de 12% a 13,5% no curto prazo (com uma redução no consumo de 1,5 % a 3%) e de 3 a 9% (com uma redução no consumo de 6% a 12%) no longo prazo.

Outro trabalho similar mais recente mostrou que, no Brasil, um aumento de 72% no IPI aumentaria os preços em aproximadamente 14%, reduzindo o consumo por adulto em 7%, e aumentaria em 60% as receitas fiscais oriundas do tabaco. Além disso, uma pesquisa do INCA, em parceria com a Universidade de Georgetown, mostrou que, no Brasil, entre 1989 e 2010, a prevalência de tabagismo caiu quase 50% (43,3 % em 1989 para 22,6% em 2008 – população acima de 18 anos) e que 46% dessa redução foram atribuídos a medidas relacionadas ao aumento de preços sobre cigarros, e ainda que, entre as várias medidas que foram avaliadas nesse estudo (campanhas educativas, proibição da propaganda de produtos de tabaco, advertências sanitárias), o aumento de impostos e preços foi a medida que teve maior efeito sobre a queda do tabagismo.

3.1 O aumento de impostos e preços dos cigarros como forma de aliviar carga social dos custos tabaco-relacionados

Desde 1999, o Banco Mundial já alertava os países sobre a carga econômica que o tabagismo colocava para as sociedades. Uma estimativa do Banco, embora conservadora, apontava que os custos em saúde atribuíveis às doenças tabaco-relacionadas alcançavam em termos globais cerca de 200 bilhões de dólares por ano, sendo a metade em países em desenvolvimento. Também apontava que os custos tabaco-relacionados gerados somente pela prestação de serviços de saúde podiam variar de 0,1% a 1,5% do

Produto Interno Bruto (PIB) em países de alta renda, e que tais custos variavam de 6% a 15% das despesas nacionais com saúde.

Atualmente, a redução do tabagismo é considerada como uma das medidas mais urgentes e custo-efetivas para reverter o alarmante crescimento global das DCNT, reconhecida como uma ameaça não só para a saúde, como para o desenvolvimento econômico.

No preâmbulo da CQCT, as Partes manifestam a grande preocupação com:

(..) o aumento do consumo e da produção mundial de cigarros e outros produtos de tabaco, particularmente nos países em desenvolvimento, assim como o ônus que se impõe às famílias, aos pobres e aos sistemas nacionais de saúde.

Por isso, em 2011, chefes de Estado pactuaram na ONU uma agenda global para enfrentar as DCNT, entre elas as cardiovasculares, as respiratórias crônicas e o câncer. Essas doenças respondem por 63% de todas as mortes globais. Estudos mostram que metade das mortes por DCNT ocorre entre pessoas no auge de sua capacidade produtiva, o que, junto com a incapacitação gerada ao longo de sua evolução, ameaçam a competitividade econômica dos países. Análises econômicas mostram que, nos próximos 20 anos, as DCNT custarão 30 trilhões de dólares, representando em torno de 48% do PIB global e levarão milhões de pessoas para baixo da linha da pobreza. E nesse cenário, durante a reunião de Cúpula da ONU sobre DCNT, os chefes de Estado assumiram o compromisso de acelerar a implementação da CQCT.

Alguns países já vêm adotando iniciativas para computar os custos que o consumo de produtos de tabaco impõem às suas sociedades e para buscar mecanismos de compensação. Alguns buscam compensações através de litígios, exigindo de companhias de tabaco o ressarcimento dos custos tabaco-relacionados. Outros países aprovaram leis para aumentar impostos sobre produtos de tabaco e vincular parte dos recursos oriundos para cobrir esses custos, assim como para financiar ações de prevenção e redução do tabagismo. Abaixo alguns exemplos:

Desde 1988, o Estado da Califórnia majorou a taxação de cigarros em US\$ 0.25 centavos/maço e determinou que os recursos advindos dessa arrecadação fossem aplicados no programa de controle do tabagismo, que foi iniciado em 1989, com um orçamento anual de US\$ 100 milhões. Em 1992, o Estado de Massachusetts aumentou a taxação de cigarros em US\$ 0.40 centavos/maço para iniciar o programa de controle do tabagismo.

Ainda em 1998, 46 estados americanos iniciaram um litígio contra companhias de tabaco para ressarcimento dos custos com doenças tabaco-relacionadas. O acordo final determinou que as empresas ressarcissem os estados num total de 206 bilhões de dólares a serem pagos em 25 anos, via uma arrecadação de cerca de US\$ 0.50/maço.

Em fevereiro de 2009, o governo Obama publicou uma lei aumentando os impostos federais sobre cigarros em 158%, com o objetivo de ampliar a cobertura do Programa Estatal de Seguro de Saúde Infantil (*State Children's Health Insurance Program* - SCHIP). Com isso, as alíquotas desses impostos subiram de US\$

0.39 para US\$ 1.01/maço. O Programa oferece tratamento de saúde e dentário para crianças das populações mais pobres, assim como para crianças imigrantes e mulheres imigrantes grávidas. Embora essa medida tenha sido bastante criticada na época, atualmente vem sendo comemorada. Isso porque, além de captar recursos para uma importante ação de saúde, também teve o efeito de voltar a diminuir a prevalência de fumantes nos Estados Unidos, cuja redução havia estagnado, dando ao seu autor um grande reconhecimento político. Por isso, tem sido reconhecida como uma medida ganhar-ganhar-ganhar.

Em 2002, o MS do Canadá estimou que os custos atribuídos ao tabagismo fossem de US\$ 15.8 bilhões, incluindo, entre outros, custos com cuidados médicos e perda de produtividade. Nesse mesmo ano, o governo do Canadá arrecadou apenas US\$ 7.4 bilhões em tributos do setor fumo.

Atualmente, seis províncias canadenses estão processando judicialmente as principais companhias de tabaco que operam no mercado daquele país para recuperar os gastos dos serviços de saúde com o tratamento de doenças tabaco-relacionadas. No Panamá, em 2009, a lei que determina a alíquota de impostos sobre produtos de tabaco aumentou 100% e foi modificada no sentido de determinar que 50% da arrecadação sejam distribuídos da seguinte forma: 40% para o Instituto Oncológico, 40% para o MS investir em atividades de prevenção e tratamento de enfermidades tabaco-relacionadas e 20% para autoridade Nacional de Aduanas investir em atividades relacionadas ao combate ao contrabando de produtos de tabaco.

No Brasil, um estudo demonstrou que, em 2011, o país gastou cerca de **R\$ 21 bilhões** com o tratamento de 15 tipos de doenças tabaco-relacionadas. Um montante equivalente a **0,5% do PIB desse mesmo ano**. Vale salientar que esse estudo não incluiu os gastos com aposentadorias, nem com doenças causadas pelo tabagismo passivo, nem por doenças materno-infantis tabaco-relacionadas, entre outros, o que aponta para uma dimensão ainda maior desse prejuízo. Em 2011, o setor fumo recolheu aproximadamente **R\$ 6 bilhões** em impostos para os cofres públicos.

4. A CELEBRAÇÃO DO DIA MUNDIAL SEM TABACO 2014

Sabe-se que a realização de atividades comemorativas para a população e/ou grupos específicos na ocasião do Dia Mundial sem Tabaco é um ótimo espaço para divulgar informações sobre o tabagismo e alertar sobre o tema escolhido pela OMS. Contudo, por 2014 se tratar de ano eleitoral para os governos federal e estadual, há diretrizes da Secretaria de Comunicação da Presidência da República (Secom) para a veiculação e divulgação de ações e campanhas de comunicação em saúde que devem ser respeitadas. As orientações da Secom sobre a suspensão da publicidade dos órgãos e entidades do Poder Executivo federal, no período eleitoral, estão disponíveis na **Instrução Normativa 6**, de 14 de março de 2014, que se encontra no capítulo anexo para consulta.

4.1. Propostas de atividades comemorativas e informativas sobre o tema

As restrições para a realização de campanha do Dia Mundial sem tabaco 2014 não devem ser um impeditivo para a realização de atividades alusivas ao tema “Aumento de Impostos sobre Produtos de Tabaco”. Cada local deve fazer as adaptações necessárias, em parceria com suas assessorias de comunicação.

Frente a esse cenário, estão listadas abaixo algumas sugestões de atividades:

- I. Apoiar e promover diferentes eventos voltados para profissionais da área da saúde e educação, como seminários, fóruns, debates, convidando também profissionais relacionados ao tema preços e impostos (como economistas, representantes da Receita Federal etc.).
 - a. Nesses eventos, podem ser destacadas informações como:

Estudos do Banco Mundial mostram que, em média, um aumento real de preço de **10% reduziria a demanda por produtos de tabaco em cerca de 4% em países de renda elevada e em cerca de 8% em países de renda média e baixa**

Em 2012, um ano após a implantação do preço mínimo do cigarro (Lei nº 12.546), a Pesquisa Nacional sobre Saúde do Escolar apresentou um nível menor de experimentação entre escolares: **19,6%** (contra 24,2%, resultado do mesmo levantamento realizado em 2009)

- II. Mobilizar a atenção da população e dos veículos de comunicação (mídia) para as atividades de comemoração, convidando formadores de opinião a engajarem-se nas ações locais da campanha.
- III. Divulgar informações, realizar contatos e estimular seus parceiros e contatos locais, em especial as unidades escolares e de saúde, para que abordem o tema da campanha na data de 31 de maio, ou durante toda a semana e mês próximos à data. Promover eventos esportivos, como: corridas, caminhadas, corridas de

bicicleta, gincanas e outros, que abordem principalmente questões relacionadas à necessidade da proibição da publicidade, promoção e patrocínio dos derivados do tabaco.

- IV. Realizar a promoção de eventos culturais, como shows com músicos regionais, teatro, dança, espetáculos em geral.
- V. Organizar concursos culturais de desenhos ou outras atividades escolares relacionados à temática.

5. ANEXOS

5.1. Instrução Normativa 6, de 14 de março de 2014

SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

INSTRUÇÃO NORMATIVA 6, DE 14 DE MARÇO DE 2014

Dispõe sobre a suspensão da publicidade dos órgãos e entidades do Poder Executivo federal, no período eleitoral de 2014, e dá outras providências.

O MINISTRO DE ESTADO CHEFE DA SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA (SECOM), no exercício da competência prevista no art. 87, parágrafo único, inciso II, da Constituição Federal, com fundamento no art. 2º B, inciso V, da Lei nº 10.683, de 28 de maio de 2003, e no art. 1º, inciso V, da Estrutura Regimental da Secretaria, aprovada pelo Decreto nº 6.377, de 19 de fevereiro de 2008, tendo em vista o disposto no art. 73, inciso VI, alínea 'b', da Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, resolve:

Seção I

Das disposições preliminares

Art. 1º A suspensão da publicidade dos órgãos e entidades, no período eleitoral de 2014, obedecerá ao disposto nesta Instrução Normativa.

Art. 2º Para os fins desta Instrução Normativa, a publicidade submetida ao controle da legislação eleitoral compreende:

- I - a publicidade institucional;
- II - a publicidade de utilidade pública;
- III - a publicidade de produtos e serviços que não tenham concorrência no mercado.

Art. 3º Não se incluem no âmbito da publicidade submetida ao controle da legislação eleitoral as ações publicitárias referentes à:

- I - publicidade legal;
- II - publicidade de produtos ou serviços que tenham concorrência no mercado;
- III - publicidade realizada no exterior e no país para público-alvo constituído de estrangeiros.

Art. 4º Para os efeitos desta Instrução Normativa consideram-se:

I - período eleitoral: aquele que terá início em 5 de julho e término em 5 de outubro de 2014, mas poderá estender-se até 26 de outubro de 2014, se houver segundo turno nas eleições presidenciais;

II - Publicidade de Utilidade Pública, Publicidade Institucional e Publicidade Legal: as espécies de publicidade conceituadas no art. 2º, V, alíneas 'a', 'b' e 'd', respectivamente, da Instrução Normativa SECOM-PR nº 5, de 6 de junho de 2011;

III - peças e material de publicidade: cada elemento de uma campanha publicitária ou ação isolada, sob as formas gráfica, sonora, visual ou audiovisual;

IV - órgãos e entidades: ministérios, secretarias vinculadas à Presidência da República, autarquias, fundações, empresas públicas e sociedades de economia mista integrantes do Poder Executivo federal, bem assim as demais entidades controladas direta ou indiretamente pela União;

V - placas de obras ou de projetos de obras: os painéis, *outdoors*, adesivos, tapumes e quaisquer outras formas de sinalização que cumpram função de identificar ou divulgar obras e projetos de obras de que participe a União, direta ou indiretamente.

Seção II

Da suspensão de ações de publicidade e dos pedidos de autorização ao TSE

Subseção I

Da suspensão de ações de publicidade

Art. 5º Fica suspensa, durante o período eleitoral, a veiculação, distribuição, exibição ou exposição ao público de peças e material de publicidade submetidos ao controle da legislação eleitoral.

Parágrafo único. Cada órgão ou entidade deverá, com a necessária antecedência, mandar suspender a publicidade submetida ao controle da legislação eleitoral que, por sua atuação direta, esteja sendo veiculada gratuitamente, como parceria ou a título similar, no rádio, na televisão, na internet, em jornais e revistas ou em outros meios de divulgação, e obter comprovação clara e inquestionável de que solicitou tal providência.

Art. 6º Caberá aos órgãos e entidades manter registros claros (data, natureza, destinatário etc.) de que o material submetido ao controle da legislação eleitoral foi distribuído antes ou depois do período eleitoral, para, se necessário, fazer prova junto ao Tribunal Superior Eleitoral (TSE).

Subseção II

Dos pedidos de autorização ao Tribunal Superior Eleitoral

Art. 7º A publicidade submetida ao controle da legislação eleitoral que, a juízo dos órgãos e entidades, possa ser reconhecida como de grave e urgente necessidade pública, para o fim de veiculação, distribuição, exibição ou exposição durante o período eleitoral, deve ser apresentada diretamente à SECOM, com pedido de encaminhamento ao TSE para autorização de sua realização.

§ 1º Estão sujeitos à regra deste artigo os textos para pronunciamentos em cadeias de rádio e televisão.

§ 2º Os pedidos de encaminhamento ao TSE, enviados à SECOM, devem estar acompanhados:

I - de informações que demonstrem clara e objetivamente a grave e urgente necessidade pública da publicidade a ser realizada;

II - das respectivas peças e material de publicidade, em duas vias, sob a forma de roteiro, leiaute, *storyboard*, protótipo, 'monstro', animatic ou, quando for o caso, de exemplar da peça ou material.

§ 3º As peças e o material de publicidade só poderão ser veiculados, exibidos ou expostos na forma aprovada pelo TSE, observadas as eventuais modificações por ele determinadas.

Seção III

Da marca do Governo Federal

Subseção I

Da suspensão do uso da marca

Art. 8º Fica suspensa, durante o período eleitoral, toda e qualquer forma de aplicação da marca do Governo Federal, 'BRASIL. PAÍS RICO É PAÍS SEM POBREZA', de que tratam os arts. 10 a 13 da Instrução Normativa 2, de 16 de dezembro de 2009, na publicidade ou em outra espécie de comunicação.

Parágrafo único. A suspensão prevista neste artigo se estende à divulgação dessa marca em quaisquer suportes utilizados como meios de divulgação.

Subseção II

Das placas de obras ou de projeto de obras

Art. 9º As placas de projetos de obras ou de obras de que participe a União, direta ou indiretamente, devem ser alteradas para exposição durante o período eleitoral.

Parágrafo único. A alteração prevista neste artigo consistirá na retirada ou na cobertura da marca mencionada no art. 8º desta Instrução Normativa.

Art. 10. Faculta-se a retirada da placa, como alternativa ao disposto no art. 9º, se for mais conveniente aos órgãos e entidades cuja marca ou assinatura esteja estampada na placa.

Parágrafo único. A alternativa de retirada da placa, prevista neste artigo, não se aplica às placas destinadas a divulgar informações obrigatórias, nos moldes das previstas no art. 16 da Lei nº 5.194, de 24 de dezembro de 1966, no art. 14 da Lei nº 12.378, de 31 de dezembro de 2010, ou em outras normas correlatas.

Art. 11. Nos casos em que a placa tenha sido instalada:

I - por agentes do Poder Executivo federal, da administração direta ou indireta, caberá aos respectivos órgãos ou entidades promover, tempestivamente, a retirada ou a cobertura da marca, a retirada da placa, conforme for mais conveniente;

II - por outro ente público ou privado, em obediência a termos de contrato, convênio, parceria ou ajustes similares, caberá ao órgão ou entidade responsável, oficial e tempestivamente, solicitar a retirada ou cobertura da marca, ou propor a retirada da placa, e obter comprovação inequívoca de que solicitou tais providências àqueles entes para, se necessário, fazer prova junto à Justiça Eleitoral.

Subseção III

Da retirada de marcas e *slogans* em propriedades digitais

Art. 12. Devem ser retirados das propriedades digitais (sítios, portais, perfis nas redes sociais, aplicativos móveis, totens) do Poder Executivo federal na internet, durante o período eleitoral, a marca mencionada no art. 8º desta Instrução Normativa, *slogans* e tudo que possa constituir sinal distintivo de ação de publicidade objeto de controle da legislação eleitoral.

Art. 13. Caso tenha sido solicitada ou estabelecida para outros entes públicos ou privados a divulgação, em suas propriedades digitais, da marca referida no art. 8º, de *slogans* e de elementos que possam constituir sinal distintivo de ação de publicidade do Poder Executivo federal, cumpre ao respectivo órgão ou entidade diretamente responsável solicitar, oficial e tempestivamente, sua retirada e obter comprovação clara e inquestionável de que solicitou tal providência àqueles entes para, se necessário, fazer prova junto à Justiça Eleitoral.

Seção IV

Das disposições finais

Art. 14. A prática de condutas vedadas a agentes públicos, tendentes a afetar a igualdade de oportunidades entre os candidatos nos pleitos eleitorais, será imputada ao agente que lhe der causa, sujeito às penas previstas no § 4º do art. 73 da Lei nº 9.504/1997.

Art. 15. O Secretário-Executivo da SECOM poderá editar orientações complementares destinadas ao cumprimento no disposto nesta Instrução Normativa.

Art. 16. Esta Instrução Normativa entra em vigor na data de sua publicação e perderá sua vigência ao término do período eleitoral.

THOMAS TRAUMANN

6. REFERÊNCIAS

AccountingWeb. Obama's first tax increase: National sin tax is effective [Internet]. Bristol: Sift Media; [updated 2009 Apr 1; cited 2014 May 09]. Available from: <http://www.accountingweb.com/topic/tax/obamas-first-tax-increase-national-sin-tax-effective-april-1>

California Diabetes Program [Internet]. Available from: http://www.caldiabetes.org/profiles_display.cfm?ProfilesID=23

Campaign for Tobacco Free Kids. U.S. Federal Issues : federal tobacco taxes [Internet]. Washington: Tobacco-Free Kids; [cited 2014 May 09]. Available from: http://www.tobaccofreekids.org/what_we_do/federal_issues/federal_tobacco_taxes/

Carvalho MC. Para OMS, preço do cigarro é "acintoso". Folha de São Paulo [Internet]. 2002 Mar 17. [cited 2014 May 08]. Available from: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/cotidian/ff1703200205.htm>

Cauchon D. Tax hike cuts tobacco consumption [Internet]. USATODAY. 2012 Set 13 [cited 2014 May 09]. Available from: <http://usatoday30.usatoday.com/news/nation/story/2012-09-10/cigarette-tax-smoking/57737774/1>

Dalton MA, Sargent JD, Beach MI, Bernhardt AM, Stevens M. Positive and negative outcome expectations of smoking: implications for prevention. *Prev Med.* 1999; 29:460-5.

Durkin SJ, Biener L, Wakefield M. Effects of different types of antismoking ads on reducing disparities in smoking cessation among socioeconomic groups. *Am J Public Health.* 2009; 99:2217-23.

Ferreira GS. Quanto custa fumar? Brasileiro que consome um maço de cigarros por dia durante 50 anos gasta, no mínimo, o equivalente a um Golf zero quilômetro; despesa anual do governo com a saúde dos fumantes soma R\$ 21 bilhões. *O Estadão* [Internet]. 2013 Nov 21. [cited 2014 May 08]. Available from: <http://economia.estadao.com.br/noticias/economia-geral,quanto-custa-fumar,170543,0.htm>

Gold AI, Cohen EI, Shumate M. Proscriptive models and evidence in antismoking advertising. *Health Commun.* 2008; 23:259-69.

Iglesias R, Jha P, Pinto M, Costa e Silva VL, Godinho J. Tobacco Control in Brazil. *Health Nutrition and Population Discussion Paper.* Washington, DC: The World Bank; 2007.

Iglesias R, Jhab P, Pinto M, Costa e Silva VL, Godinho J. Brasil: o papel do Programa Nacional de Controle do Tabagismo em seu esforço para controlar o tabagismo. *En breve* [Internet] 2008 Mar; 119 [cited 2014 May 09]. Available from: http://siteresources.worldbank.org/INTENBREVE/Newsletters/21809327/Mar08_119_BR_Tobacco_PR2.pdf

Instituto Nacional de Câncer (Brasil). Cigarro brasileiro: análises e propostas para redução do consumo. Rio de Janeiro: INCA; 2000.

Instituto Nacional do Câncer (Brasil). Abordagem e tratamento do fumante: Consenso 2001. Rio de Janeiro: INCA; 2001.

Instituto Nacional do Câncer (Brasil). Programa Nacional de Controle do Tabagismo e Outros Fatores de Risco de Câncer: modelo lógico e avaliação. 2nd ed. Rio de Janeiro: INCA, 2003.

Instituto Nacional do Câncer José Alencar Gomes da Silva. A situação do tabagismo no Brasil: dados dos inquéritos da Organização Mundial de Saúde realizados no Brasil entre 2002 e 2009. Rio de Janeiro: INCA; 2011.

Instituto Nacional do Câncer José Alencar Gomes da Silva. Manual de orientações: Dia Nacional de Combate ao Fumo. Rio de Janeiro: INCA; 2011.

International Agency for Research on Cancer. IARC handbook of cancer prevention, Tobacco Control, vol. 14: Effectiveness of tax and price policies for tobacco control. Lyon, France: IARC; 2011.

Jha P, Chaloupka FJ. Curbing the epidemic: governments and the economics of tobacco control. Washington DC: The World Bank; 1999. (Development in Practice)

Koh HK1, Judge CM, Robbins H, Celebucki CC, Walker DK, Connolly GN. The first decade of the Massachusetts Tobacco Control Program. Public Health Rep. 2005 Sep-Oct;120(5):482-95.

Levy D, Almeida LM, Szklo A. The Brazil SimSmoke policy simulation model: the effect of strong tobacco control policies on smoking prevalence and smoking-attributable deaths in a middle income nation. PLoS Med. 2012; 9(11):e1001336.

Lyna P, McBride C, Samsa G, Pollak KI. Exploring the association between perceived risk of smoking and benefits to quitting: who does not see the link? Addict Behav. 2002; 27: 293-307.

Manitoba among 6 provinces to sue tobacco companies. Justice minister accuses tobacco industry of being 'deceptive'. CBC news [internet]. 2012 May 31 [cited 2014 May 09]. Available from: <http://www.cbc.ca/news/health/story/2012/05/31/mb-manitoba-sues-tobacco-companies-winnipeg.html?cmp=rss>

Mukherjea A, Morgan PA, Snowden LR, Ling PM, Ivey SL. Social and cultural influences on tobacco-related health disparities among South Asians in the USA. Tob Control. 2012; 21:422-8.

National Cancer Institute. The role of the media in promoting and reducing tobacco use. Tobacco Control Monograph No. 19. Bethesda, MD: U.S. Department of Health and Human Services, National Institutes of Health, National Cancer Institute. NIH Pub. No. 07-6242; 2008.

O'Connor RJ. Non-cigarette tobacco products: what have we learnt and where are we headed? Tob Control. 2012; 21:181-90.

Observatório da Política Nacional de Controle do Tabaco. Preços e impostos [Internet]. Rio de Janeiro: INCA; 2012 [cited 2014 May 09]. Available from: http://www2.inca.gov.br/wps/wcm/connect/observatorio_controle_tabaco/site/status_politica/precos_impostos

Québec Coalition for Tobacco Control. Update on smoking costs for society [Internet]. Montreal; 2004 Jan [cited 2014 May 08]. Available from: http://www.cqct.qc.ca/Documents_docs/DOCU_2004/ETUD_04_01_15_GroupeDAnalyseCoutTabacENG.PDF

Receita Federal (Brasil). Preço mínimo de cigarros [Internet]. [cited 2014 May 08]. Available from: <http://www.receita.fazenda.gov.br/DestinacaoMercadorias/ProgramaNacCombCigarrollegal/PrecoMinimoCigarros.htm>

República de Panamá. Asamblea Nacional. Lei nº 49, de 17 de setembro de 2009. Que reforma el Código Fiscal y adopta otras medidas fiscales [internet]. [cited 2014 May 09]. Available from: <http://www.bicsapan.com/noticias/leyITBMS.pdf>

Romero LC, Costa e Silva VL. 23 anos de controle do tabaco no Brasil: a Atualidade do Programa Nacional de Combate ao Fumo de 1988. Rev Bras Cancerol. 2011; 57(3):305-314

Rothman AJ, Salovey P. Shaping perceptions to motivate healthy behavior: the role of message framing. Psychol Bull 1997; 121:3-19.

Smith-Simone S, Maziak W, Ward KD, Eissenberg T. Waterpipe tobacco smoking: Knowledge, attitudes, beliefs, and behavior in two U.S. samples. Nicotine Tob Res. 2008; 10(2):393-8.

Society for Research on Nicotine and Tobacco. Higher cigarette prices are effective in reducing the initiation of regular smoking [Internet]. Madison: SRNT; c2010-2014 [cited 2014 may 09]. Available from: http://www.treatobacco.net/en/page_123.php

Szklo AS, Coutinho ES. The influence of smokers' degree of dependence on the effectiveness of message framing for capturing smokers for a Quitline. *Addict Behav.* 2010; 35(6):620-4.

The Inspiration Room. *Tabaconomia Calculates Tobacco Costs* [Internet]. Sydney: The Inspiration Room; c2003-2012 [cited 2014 May 09]. Available from: <http://theinspirationroom.com/daily/2009/tabaconomia-calculates-tobacco-costs/>

TobaccoFreeCA. *About Us* [internet]. California: California Department of Public Health; c2014 [cited 2013 may 09]. Available from: <http://www.tobaccofreeca.com/about-us/>

U.S. Food and Drug Administration [Internet]. Silver Spring: U.S. Department of Health & Humans Services; [updated 2014 Mar 21; cited 2014 Mar 09]. *The Real Cost Campaign*. Available from: <http://www.fda.gov/AboutFDA/CentersOffices/OfficeofMedicalProductsandTobacco/AbouttheCenterforTobaccoProducts/PublicEducationCampaigns/TheRealCostCampaign/ucm20041242.htm>

U.S. House Committee on the Judiciary, House of Representatives, Subcommittee on Courts and Intellectual Property. *Attorneys' fees and the tobacco settlement* [Internet]. Washington, DC. 1997 Dec 10 [cited 2014 May 08]. Available from: http://commdocs.house.gov/committees/judiciary/hju53772.000/hju53772_of.htm

United Nation. *Treaty Collection* [Internet]. New York: UN; c2014 [cited 2014 May 08]. Chapter 9, Health, Part 4a, Protocol to Eliminate Illicit Trade in Tobacco Products. Available from: https://treaties.un.org/pages/ViewDetails.aspx?src=TREATY&mtdsg_no=IX-4-a&chapter=9&lang=en

WHO *Framework Convention on Tobacco Control*. Protocol to Eliminate Illicit Trade in Tobacco Products [Internet]. Geneva: WHO; c2014 [cited 2014 May 09]. Available from: www.who.int/fctc/protocol/en/

World Economic Forum, Harvard School of Public Health. *The Global Economic Burden of Noncommunicable Diseases* [Internet]. Geneva: World Economic Forum; 2011 [cited 2014 May 09]. Available from: http://www3.weforum.org/docs/WEF_Harvard_HE_GlobalEconomicBurdenNonCommunicableDiseases_2011.pdf

World Health Organization *Framework Convention on Tobacco Control*. Draft guidelines on article 6 of the WHO FCTC of the WHO Framework Convention on Tobacco Control: report of working group. Conference of the Parties to the WHO Framework Convention on Tobacco Control, Fifth session; 2012 Nov 12–17; Seoul, Republic of Korea. FCTC/COP/5/8 24 July 2012. Annexe, Price and tax measures to reduce the demand for tobacco; p. 5-20.