



L'étiquetage des paquets de produits du tabac



à un coup d'œil

Les fumeurs peuvent bénéficier grandement d'informations sur les dangers du tabac et sur les moyens de s'arrêter de fumer.

On estime qu'il y a aujourd'hui environ 1,2 milliard de fumeurs dans le monde, soit à peu près un tiers de la population mondiale de plus de 15 ans, et ce nombre ne fait qu'augmenter (OMS – Organisation mondiale de la santé, 2002). Fait inquiétant, des études montrent **que beaucoup de fumeurs ignorent toujours que le tabac peut entraîner maladies et mort prématurée**. Pour beaucoup d'autres, leur prise de conscience ne dépasse pas le fait de savoir que "fumer n'est pas bon", et ce, même aux États-Unis où de multiples sources mettent à la disposition du public une somme considérable d'informations, faciles à se procurer (USDHHS – Département de la Santé publique des États-Unis – 1989). **Il existe donc clairement un besoin de trouver des moyens efficaces pour informer et alerter les fumeurs, et pour leur fournir des informations sur les moyens de réduire les risques que le tabac fait courir à leur santé**. Des termes forts, spécifiques, imprimés en caractères bien lisibles et de taille suffisamment grande, sur les étiquettes des paquets de produits du tabac, véhiculent, à l'adresse des fumeurs, un message fort sur les risques encourus pour leur santé.

L'étiquetage obligatoire sur les produits du tabac **est un moyen efficace d'informer** les fumeurs des risques auxquels ils s'exposent, **de les encourager à cesser de fumer**, et de décourager les non-fumeurs de s'adonner à la cigarette. De nombreux pays exigent que soient imprimées sur les paquets des mises en garde concernant les risques pour la santé. L'étude de ces mises en garde permet de conclure qu'elles ont un impact positif uniquement à la condition qu'elles contiennent des messages forts et directs, bien mis en évidence (OMS, 1997). Des expériences conduites au Canada et au Brésil montrent à l'évidence que des mises en garde de grande taille, accompagnées récemment de photos, ont un réel effet dissuasif, et qu'elles sensibilisent le public sur les dangers du tabac pour la santé (Environics, 2002, Costa e Silva, 2002). Sur les 633 fumeurs canadiens interrogés neuf mois après le lancement de nouveaux messages de grande taille et illustrés, 58% ont déclaré que cela les avait conduits à réfléchir un peu plus sur les effets du tabagisme sur la santé; 48% ont reconnu qu'ils avaient été plus motivés pour s'arrêter de fumer; enfin, 38% des fumeurs qui avaient essayé d'arrêter de fumer en 2001 ont indiqué que les nouveaux avertissements avaient été un facteur déterminant de leur essai. Trois mois après le lancement des mises en garde avec photos, une enquête menée, en avril 2002,

auprès de 2 216 Brésiliens âgés de 18 ans ou plus, répartis dans 126 agglomérations, a donné les résultats suivants : 73% des fumeurs approuvaient cette mesure, 54% avaient revu leur opinion sur les conséquences du tabagisme sur la santé, et enfin, 67% ont avoué que ces nouvelles mises en garde leur avaient donné envie d'arrêter de fumer. L'impact a été particulièrement fort chez les personnes ayant fait peu d'études et aux ressources faibles (Costa e Silva, 2002). En Australie, des mises en garde plus fortes ont entraîné une augmentation de 29% du pourcentage des personnes déclarant qu'elles y prêtaient toujours attention, et 7% de plus de personnes déclarant qu'elles avaient arrêté au moins une fois de fumer à cause de ces mises en garde (Borland, 1997). D'autres études sont arrivées à des conclusions similaires. Une enquête effectuée en 2002 aux Pays-Bas auprès de 8 936 personnes âgés de 15 ans et plus a montré que 16% de 2 812 fumeurs interrogés avaient déclaré que les nouvelles mises en garde de plus grandes dimensions les inciteraient plus à arrêter de fumer, (ceci pour les 26% qui ont l'intention, à un moment ou à un autre, d'arrêter de fumer); 8,7% ont reconnu que les nouvelles mises en garde les avaient déjà incités à fumer moins. Les enquêtes montrent qu'un pourcentage important de fumeurs souhaite s'arrêter (ils sont, par exemple, 70% au Canada), et des mises en garde fortes sur les dangers pour leur santé et une information sur les moyens de trouver de l'aide dans leur démarche favorisent leur détermination (Mahood, 1995).



Les mises en garde sur les emballages ont un impact efficace sur les fumeurs

Les fumeurs (potentiels ou avérés) ont sous les yeux ces mises en garde chaque fois qu'ils achètent un paquet de cigarettes, qu'ils le manipulent ou le voient, et chaque fois qu'ils prennent une de ces cigarettes. Faire passer ainsi un message aux fumeurs prend toute son importance dans les pays en développement, car peu nombreux sont ceux qui y ont accès à des informations sur les dangers du tabac pour la santé. Ce type de mises en garde, en grand format, permet de combattre le pouvoir d'attraction des emballages de tabac et la fascination qu'ils exercent : ils peuvent ainsi perdre un peu de leur "chic". De la même façon, des avertissements forts contribuent à créer une ambiance sociale dans laquelle les non-fumeurs sont la norme, tout en informant les fumeurs désireux de s'arrêter, de l'aide qu'ils peuvent recevoir.

Les aspects légaux et éthiques

Dans certains pays, les lois sur la protection des consommateurs et sur le "consentement éclairé" rendent obligatoire d'informer les fumeurs sur les dangers que présente le tabagisme pour la santé. Au Canada, ce "consentement éclairé" implique que les consommateurs adultes soient informés des points suivants : la nature des risques encourus (par exemple, le fait que le tabac provoque des cancers du poumon et bien d'autres maladies potentiellement mortelles); l'ampleur de ces risques, notamment le pronostic, une fois l'une de ces maladies diagnostiquée (le fait, par exemple, que le cancer du poumon est très souvent fatal); enfin, le taux de probabilité de ces maladies. La loi oblige, en général, à ce qu' "une fois la nécessité d'une mise en garde reconnue ... celle-ci soit affichée de façon claire et compréhensible ... et rédigée en des termes adaptés à l'ampleur du risque encouru" (Mahood, 1995).

Les expériences de divers pays

Le Canada et le Brésil ont pris la tête du mouvement en imposant l'impression sur les emballages de tabac de mises en garde de grandes dimensions, avec photos, et rédigées en des termes forts. Au **Canada**, le devant et le dos d'un paquet de cigarettes doivent présenter, sur leur moitié supérieure, l'une de 16 mises en garde avec support photographique. Un autre message, choisi parmi 16 d'entre eux, doit également figurer à l'intérieur du paquet, soit sur un insert, soit imprimé sur la partie "coulissante" du paquet. Le **Brésil** a pris des initiatives du même genre en 2002, et a interdit l'emploi, sur les paquets de cigarettes, de termes aussi trompeurs que "Light" (légères), "Ultralight" (extra-légères), "Slim" (minces) et "Ultraslim" (extra-minces). L'**Australie** et la **Thaïlande** envisagent d'imposer l'emploi de mises en garde avec support photographique, et une directive de l'**Union européenne** autorise ses États membres à y avoir recours.

Cependant, dans de nombreux autres pays, et notamment parmi les pays en voie de développement, les mises en garde manquent de force. Plus de quarante d'entre eux n'imposent même aucune sorte de mise en garde. Une étude sur les réglementations adoptées dans 45 pays sur le contenu, les dimensions et la position des mises en garde contre les risques que le tabac fait courir à la santé, a démontré un déficit d'information en cette matière dans les pays en voie de développement (Aftab et autres, 1999). Cette situation est inacceptable, d'autant plus qu'environ 80% des fumeurs vivent dans ces pays (Banque mondiale, 1999).

Rendre efficace l'étiquetage des emballages

Les lois et règlements doivent imposer des spécifications détaillées sur toutes les caractéristiques de l'étiquetage des emballages des produits du tabac, faute de quoi les compagnies qui les vendent risquent d'en affaiblir le message ou de le rendre difficile à lire.

- **Dimensions** : Il est souhaitable que les informations et les mises en garde occupent la moitié de la surface des emballages, sur leur devant et sur leur dos. Les dimensions

des mises en garde doivent être assez grandes pour qu'elles soient bien lisibles et faciles à remarquer. Il apparaît à l'évidence que la crédibilité de ces mises en garde et, partant, la perception des risques liés au tabagisme, augmentent proportionnellement à leurs dimensions (Études de marchés, Créatec, 1999).

■ Contenu :

- L'efficacité des mises en garde passe par un message clair et sans équivoque sur les dangers du tabagisme, rédigé en termes **simples et directs**, dans la langue ou les langues principales du pays.
- **Ce message doit présenter la nature et l'ampleur des risques encourus, et indiquer comment les éviter ou en atténuer les effets. Il doit s'adresser directement au lecteur, qu'il interpelle : "Vous..."**. Tout langage technique doit être banni.
- Il est souhaitable d'utiliser des mots qui marquent, comme "MISE EN GARDE", et d'éviter d'en diluer le contenu en l'attribuant à une agence ou à un organisme gouvernemental (Au Canada, cependant, les tribunaux ont décidé que ces mises en garde sont du ressort du Gouvernement, à moins qu'elles puissent l'être de celui des sociétés qui commercialisent les cigarettes. Celles-ci ont, en effet, de par la Constitution, le droit de s'exprimer librement, et d'ailleurs, également, le droit de *ne rien dire*).
- **Il importe essentiellement que figurent des informations sur l'assistance possible à une désaccoutumance au tabac** : ce peut être un numéro de téléphone gratuit (comme en Australie, au Brésil, dans l'Union européenne, au Canada et en Afrique du Sud), un site internet, une adresse physique où se procurer des informations complémentaires, des conseils pour cesser de fumer ou pour s'adresser à un professionnel de santé susceptible d'aider en la matière.
- **Il faut bannir des emballages tous les adjectifs trompeurs ou fallacieux** : il en est ainsi de "light"

Quelques exemples de mises en garde efficaces

- Fumer entraîne une accoutumance forte
- En vous arrêtant de fumer maintenant, vous diminuez vos risques d'avoir de graves problèmes de santé
- La fumée du tabac est nocive pour les bébés
- La fumée de votre cigarette fait du tort à votre entourage
- Le tabac provoque des cancers du poumon
- Le tabac peut vous rendre impuissant
- Les adultes qui fument sont de mauvais exemples pour les enfants, car ceux-ci risquent à leur tour de fumer
- Une femme enceinte qui fume nuit à son bébé
- En fumant, vous risquez d'avoir mauvaise haleine, de perdre vos dents et d'avoir un cancer de la bouche
- En fumant, vous vous préparez à une mort lente et douloureuse
- En fumant, vous bloquez vos artères, ce qui provoque crises cardiaques et congestions cérébrales

(légère), "low tar" (faible teneur en goudrons) ou "mild" (douce). Ils donnent le sentiment, erroné, que les dangers du tabac diminuent avec les concentrations en nicotine ou en goudrons. Le Brésil et l'Union européenne ont effectivement interdit l'emploi de tels adjectifs, et plusieurs autres pays envisagent de faire de même.

- **Format et caractères d'imprimerie** : il convient d'imprimer les mises en garde en caractères faciles à lire, noirs sur fond blanc (ou vice versa), et d'utiliser des majuscules de grande taille. Les surfaces glacées et les encres métalliques sont à proscrire, car il sera plus facile de lire des mises en garde sur surfaces mates sous divers types d'éclairage. Les textes devront être rendus indélébiles et impossibles à ôter. Les messages devront être entourés d'un cadre noir qui n'interfère pas avec le texte ou les informations.
- **Emplacement des mises en garde** : il faudra les placer à la partie supérieure, à la fois sur le devant et sur le dos du paquet. Elles ne devront pas être cachées ou rendues moins lisibles par un autre texte ou une autre image, ou encore quand le paquet sera ouvert.
- **Images** : les messages de mise en garde accompagnés d'images peuvent être perçus des personnes illettrées, et, beaucoup plus que les messages non illustrés, ils encouragent à s'arrêter de fumer ou à ne pas commencer. (Liefeld et autres, 1999). Dans les pays pauvres, environ un tiers des adultes de sexe masculin et la moitié de ceux de sexe féminin sont illettrés. Des images vont donc permettre de leur faire passer ces importants messages les incitant à mieux protéger leur santé. En plus de communiquer des informations nouvelles, les images provoquent une réaction profonde, quasi viscérale, chez ceux qui les regardent; leur impact est donc à la fois cognitif (faisant appel à la connaissance) et affectif (faisant appel aux émotions). Pour augmenter leur efficacité visuelle, les images doivent être colorées brillamment et être les plus grandes possible.
- **Notices intérieures** : on peut aussi fournir des informations supplémentaires au moyen d'inserts placés à l'intérieur des

Exemples d'images bien adaptées

- Cœur humain montrant des lésions consécutives à un infarctus du myocarde
- Poumon sain et poumon cancéreux
- Enfants et femmes enceintes
- Cerveau humain montrant les effets d'une congestion cérébrale
- Bouche atteinte de lésions

paquets, comme cela se fait pour les médicaments, ou encore dans leur partie "coulissante". En plus d'un texte explicatif sur l'accoutumance au tabac et de conseils pour s'arrêter de fumer, on peut y ajouter des images illustrant les dangers du tabac.

- **Calendrier** : il faut donner aux sociétés un délai limité à ce qui leur est nécessaire pour écouler les stocks existants, avant qu'elles ne soient obligées d'imprimer et de mettre en circulation les nouvelles mises en garde. Au Canada, ce délai est de six mois. Bien entendu, les industries du tabac vont demander plus de temps, mais un délai allant de 3 à 6 mois est suffisant.

En général, les industries du tabac essaient de retarder ou de bloquer la circulation de mises en garde plus efficaces. Il faut que les pays se préparent à affronter ce genre de bataille. Les procédures légales se fondent en général sur des droits constitutionnels, tels que la liberté d'expression, ou sur des pratiques commerciales. Certaines Constitutions garantissent le droit à la vie, et l'on peut donc avancer que l'incitation à fumer ou l'omission des dangers du tabac sur la santé vont à l'encontre de ce droit. Les mesures de contrôle du tabac, y compris des mises en garde plus fortes contre ses risques pour la santé, constituent des mesures qui n'appellent aucun contredit, spécialement du point de vue des droits de l'homme et des droits du consommateur. Les industries du tabac doivent être astreintes aux mêmes obligations que les industries pharmaceutiques, et informer pleinement les utilisateurs des risques que leurs produits leur font courir. De plus, les réglementations régissant les mises en garde doivent préciser qu'exposer les dangers des produits du tabac ne dégage pas les sociétés qui les commercialisent de leur responsabilité en matière de dommages causés par l'utilisation de leurs produits.

Il se peut que, pour diverses raisons, le pouvoir politique se fasse tirer l'oreille pour initier ou mettre en place les réformes nécessaires à la lutte anti-tabac. Certains politiciens craignent que de telles réformes soient préjudiciables à l'économie et accentuent le chômage. Mais des études économiques sérieuses ont montré que les mesures anti-tabac n'ont pas d'impact négatif sur la situation de l'emploi et peuvent même l'améliorer. Il n'en reste pas moins que, compte tenu de l'influence et du pouvoir des industries du tabac, le défi reste de taille au plan politique. Seule une coopération solide entre les agences sanitaires, les professionnels de la santé et les médias, peut contrebalancer l'influence des sociétés du tabac. Il faut aussi lancer des campagnes de sensibilisation très fortes, et s'appuyer également sur des groupes de pression au niveau local. On peut ainsi résumer la question : après des décennies de publicité erronée, les industries du tabac ont une obligation morale et légale d'informer correctement les consommateurs.

Sources de références

Exemples d'images et de messages canadiens et brésiliens sur la santé :

http://www.hc-sc.gc.ca/english/media/photos/tobacco_labelling/index.htm

Agencia nacional de vigilancia sanitaria (Agence nationale de veille sanitaire) pour les mises en garde, en portugais, au Brésil

http://www.anvisa.gov.br/divulga/noticias/040601_1.htm

Études et conseils

www.cancer.ca Canadian Cancer Society (Société canadienne contre le cancer). Chercher "Mises en garde"

<http://www.hc-sc.gc.ca/hecs-sesc/tobacco/research/archive> Health Canada – présente des travaux de recherche et des enquêtes sur les effets des mises en garde pour la santé de la consommation de tabac et les meilleures procédures à adopter

<http://www.nsra-adnf.ca> Non-Smokers' Rights Association (NSRA) Canada (Association canadienne pour les droits des non-fumeurs). Voir en particulier "Health warnings on tobacco packages in Canada" (Mises en garde pour la santé sur les paquets de cigarettes au Canada) dans la section Truth and Labeling (Vérité et Étiquetage).

<http://www.uicc.org/programmes/tobacco/> International Union Against Cancer (UICC) (Union internationale contre le cancer)

Documents

Canadian Cancer Society (Société canadienne contre le cancer). *Controlling the Tobacco Epidemic : Selected Evidence in Support of Banning All Tobacco Advertising and Promotion, and Requiring Large, Picture-Based Health Warnings on Tobacco Packages (Choix d'exemples en faveur d'une interdiction de toutes les publicités et promotions sur le tabac, et d'une obligation d'imprimer sur les paquets de produits du tabac des mises en garde suffisamment grandes et illustrées)*. Ottawa : Canadian Cancer Society (Société canadienne contre le cancer), International Union Against Cancer (Union internationale contre le cancer), avril 2001

www.globalink.org/tobacco/docs/packaging/evidence.doc

Corrao MA, Guindon GE, Sharma N, Shokoohi DF (éditeurs). Profils par pays de la lutte anti-tabac, American Cancer Society (Société américaine contre le cancer), Atlanta, GA, 2000
<http://www.who.int/tobacco/page.cfm?sid=57>

International Union Against Cancer (Union internationale contre le cancer), International Union Against Tuberculosis and Lung Disease (Union internationale contre la tuberculose et les maladies des poumons), World Heart Federation (Fédération mondiale pour le cœur), International Non Governmental Coalition Against Tobacco (Coalition internationale non-gouvernementale contre le tabac). Memorandum sur "Package Warnings" (Mises en garde sur les paquets)

<http://www.ontario.cancer.ca/Siteboth/files/TOBUICCwarninglabels.pdf>

PAHO (Pan-American Health Organization—Organisation panaméricaine de la santé). Mise en place d'une législation pour la lutte anti-tabac, mai 2002; fournit des informations de

base et des modèles législatifs sur les moyens de lutte anti-tabac, y compris sur les mises en garde.

http://www.paho.org/English/HPP/HPM/TOH/tobacco_legislation.pdf

Références

Aftab, M, D Kolben, P Lurie. Pratiques internationales d'étiquetage des paquets de cigarettes, *Tobacco Control (Lutte anti-tabac)*, 1999; 8:368-372.

Borland R. *Tobacco health warnings and smoking-related cognitions and behaviours (Mises en garde pour la santé contre la consommation de tabac, et cognitions et comportements relatifs à la consommation de tabac)*. *Addiction*, novembre 1997; 92(11) : 1427-35.

Costa e Silva VL. Étude présentée devant l'Union européenne sur l'application au Brésil des mises en garde pour la santé. Bruxelles 2002

Environics Research Group Limited. Evaluation of New Warnings On Cigarette Packages (Évaluation de nouvelles mises en garde sur les paquets de cigarettes), janvier 2002.

http://www.cancer.ca/ccs/internet/standard/0.3182.3172_334419_436437_langId-en.00.html

Environics Research Group Limited. Health Warning Testing (Essai des mises en garde pour la santé), Rapport final, juin 1999.

http://www.hc-sc.gc.ca/hecs-sesc/tobacco/pdf/health_warning_testing_final.pdf

Mahood G. Canadian tobacco warning system (Système canadien de mise en garde sur les paquets de tabac), *Tobacco Control (Lutte anti-tabac)* 1995; 4:10-14.

US Department of Health and Human Services (Département de la Santé publique des États-Unis). *Reducing the health consequences of smoking: 25 years of progress (Réduire les conséquences du tabagisme pour la santé : 25 ans de progrès)*. Un rapport du "Surgeon General" (médecin inspecteur du service de santé publique), 1989.

Willemsen MC. Un nouveau regard sur les produits du tabac : Les effets des nouvelles mises en garde pour la santé à l'adresse des fumeurs. DEFACTO, La Haye, Pays-Bas, 2002.

Banque mondiale. *"Curbing the Epidemic : governments and the economics of tobacco control" (Contenir l'épidémie : gouvernements et aspects économiques de la lutte anti-tabac)*, Banque mondiale, 1999. Voir aussi : Jha P. et F. Chaloupka (éditeurs). *Tobacco Control in Developing Countries (Lutte anti-tabac dans les pays en voie de développement)*, publié par l'OUP pour la Banque mondiale et l'Organisation mondiale de la santé, 2000. Ces deux ouvrages sont disponibles en ligne sur www.worldbank.org/tobacco

Zatonski, W, K Przewozniak, M Porebski, "The positive health impact of enlarged cigarette pack warning labels in Poland" (L'impact positif sur la santé des mises en garde agrandies sur les paquets de cigarettes, en Pologne), rapport présenté au 2nd Congrès européen sur le tabac ou la santé, à Las Palmas des Grandes Canaries, Espagne, 23-27 février 1999.

Il existe une version développée de la série "à un coup d'œil", comprenant liens électroniques aux ressources et renseignements supplémentaires, sur le site web de la Banque Mondiale Santé-Nutrition-Population : www.worldbank.org/hnp