

Législation antitabac : « chi va piano... »

Pour une approche



globale du tabagisme

Carine Maillard,
journaliste.

.....
Depuis quelques années, la législation se durcit peu à peu envers les produits liés au tabac. Une évolution trop lente pour ceux qui se battent quotidiennement pour faire en sorte que le tabagisme recule, mais qui a le mérite d'exister... Nous avons rencontré Luk Joossens, spécialiste tabac à la Fondation contre le cancer, et fervent partisan des mesures légales en la matière. Il nous fait part de ses réflexions.
.....

En Belgique, les textes législatifs qui visent les produits du tabac avaient pour habitude de laisser quantités de portes ouvertes pour des exceptions. On pense par exemple à l'imbroglio qui était de mise dans les lieux où l'on servait des repas. Jusqu'à la loi du 22 décembre 2009, entrée en vigueur en 2010, les exceptions à l'interdiction de fumer dans les lieux publics où les clients mangeaient frisaient le ridicule... Selon la proportion du nombre de repas servis aux clients, la superficie (notamment des friteries), le type de nourriture servie (la soupe était-elle faite maison ou provenait-elle de sachets ?), etc., l'interdiction était ou non d'application ! Un véritable casse-tête qui a été résolu drastiquement : l'interdiction de fumer a été appliquée dans tous les établissements proposant de la nourriture. S'est ensuite posé le problème des cafés ne servant pas de nourriture, et la situation du personnel : alors que la protection des travailleurs était assurée partout (l'interdiction de fumer sur son lieu de travail étant passée), elle ne l'était pas pour ceux qui servaient dans les cafés, puisque les clients étaient autorisés à fumer. Ils étaient dès lors soumis aux méfaits du tabagisme passif... Une décision de la Cour constitutionnelle du 15 mars 2011 a fait le ménage et résolu cette inégalité, supprimant donc les exceptions qui persistaient encore dans l'horeca qui est, depuis l'entrée en vigueur de cette loi en juillet 2011, entièrement « non fumeur ». Excepté dans les fumoirs aménagés, à savoir des locaux fermés, disposant d'extracteurs de fumée et où il n'y a aucun service de boisson ou de nourriture.

Limiter la promotion

La législation mentionne aussi depuis le 19 juillet 2004 l'interdiction de vendre des produits du tabac à des jeunes de moins de 16 ans. Mais cette interdiction n'est pas appliquée car dans les faits, il n'y a ni contrôles, ni sanctions... Et ce n'est que depuis le 1^{er} septembre 2006 en Communauté française et depuis le 1^{er} septembre 2008 en Communauté flamande que la loi a interdit le tabac dans les écoles... Quant à la publicité, elle est également strictement limitée, puisqu'elle ne peut exister

Mots clés : tabac, société, prévention.



que dans les points de vente. Finis les spots publicitaires vantant les mérites de cigarettes à la télévision ou au cinéma, de même que les encarts publicitaires dans la presse... La publicité pour le tabac est réglementée par la loi du 10 décembre 1997, en vigueur depuis le 1^{er} janvier 1999, et son article 7, précisé en 2004, stipule qu'il est interdit de faire de la publicité pour le tabac, interdit aux marques de tabac de sponsoriser des événements en Belgique, etc. On pense notamment aux fameux Grands prix de Formule 1... « *En ce qui concerne la publicité et le sponsoring, le texte vise toute communication ou action ayant directement ou indirectement pour but de promouvoir les ventes, quels que soient l'endroit, les modes de communication ou les techniques utilisées. Cependant, l'interdiction ne s'applique pas à la publicité pour les produits du tabac dans les journaux et périodiques étrangers, à la publicité occasionnelle pour les produits du tabac dans le cadre d'événements à l'étranger, ni à la présence de la marque d'un produit du tabac sur des affiches se trouvant dans et à l'entrée des points de vente de tabac et des librairies qui vendent les produits du tabac* », précise le site de la Fondation contre le cancer¹.

1. www.cancer.be/tabac-et-legislation-en-belgique

2. Chiffres de l'Institut de santé publique (2008).

De plus en plus proche du consommateur

Difficile de détourner les fumeurs ou les candidats fumeurs de ces produits. Alors, la Belgique a frappé fort en étant le premier pays en Europe à s'attaquer à l'attractivité des paquets mêmes. Cela a débuté avec l'arrêté royal du 29 mai 2002, qui imposait la présence d'avertissements sanitaires du type « Fumer tue » sur les paquets à partir du 30 septembre 2003. Ils devaient être inscrits dans l'une des trois langues nationales, et occuper 35% de la surface recto et 50% de la surface verso, le tout bordé d'un cadre noir. Ce message vise à susciter la réflexion chez les fumeurs, mais aussi à augmenter la prise de conscience chez les non-fumeurs qui auraient envie de franchir le pas... Ensuite, nous avons embrayé avec les images choc, obligatoires depuis le 31 mai 2007, ce qui fait de la Belgique un pays précurseur ! Et depuis le 1^{er} janvier 2011, il est obligatoire de mentionner le numéro de Tabacstop (0800/111.00), pour donner aux fumeurs un relais pour les aider à arrêter de fumer s'ils le désirent. Malheureusement, tous les produits du tabac ne sont pas logés à la même enseigne : ainsi le tabac à rouler n'est pas soumis à toutes ces mesures. Un progrès peut néanmoins être espéré, car la ministre de la Santé, Laurette Onkelinx, a annoncé un arrêté royal qui rendra obligatoire la mention du numéro de « Tabacstop » sur le tabac à rouler également.

Les espoirs portés par l'Union européenne

Malgré toutes ces mesures, la consommation de tabac ne connaît pas véritablement de diminution drastique et nous restons avec un nombre de fumeurs de quelques 20%². Ne serions-nous pas encore allés assez loin ? Une Directive européenne dont on ne connaît pas encore tous les contours, laisse cependant espérer une amélioration. Elle devrait être revue d'ici la fin de l'année. Mais le lobbying est incroyable pour le moment ! L'industrie



du tabac cherche à limiter autant que possible les mesures qui pourraient être prises... Parmi celles-ci, on évoque la commercialisation des cigarettes dans des paquets neutres, à l'instar de ce qui est d'application en Australie depuis décembre 2012. Il n'y aura donc plus de marque, ni de couleurs ou de logos sur les paquets. Les avertissements sanitaires seront donc clairement mis en évidence et l'attractivité du paquet de cigarettes sera donc nulle ! Il s'agit d'une mesure très positive, en particulier pour ceux qui ne fument pas mais sont tentés de commencer, et on pense aux jeunes en particulier.

D'autres mesures sont prévues dans cette Directive, comme la grandeur des photos destinées à informer crûment les fumeurs sur ce qu'ils risquent, grandeur qui passerait à 80% de la surface du paquet. Elle pourrait également prévoir l'interdiction de présentoirs dans les lieux où les produits du tabac sont commercialisés (les paquets seraient donc cachés), ainsi par exemple que l'interdiction de certains additifs et la limitation des arguments publicitaires. Pour ce qui est des additifs, c'est le cas des ingrédients qui augmenteraient l'attractivité, par exemple la présence de miel dans le tabac qui rend le goût des cigarettes moins désagréable et profite de l'image positive pour la santé dont bénéficie le miel. Or, on ne connaît rien de la toxicité du miel soumis à la combustion ! Quels sont les produits qui sont ainsi générés et quel est leur impact sur les poumons des fumeurs ? À côté de cette question, on constate aussi que les fabricants utilisent des arguments qui vont dans le sens des préoccupations des gens, en précisant que leurs cigarettes proviennent de tabac cultivé « sans pesticides » ! C'est se moquer du monde : avec ou sans pesticides, les cigarettes tuent !

Les mesures qui tuent la cigarette ?

Toutes ces mesures, même si elles devaient être adoptées à la fois par la Commission européenne et le Parlement européen ainsi que les gouvernements nationaux ne suffiront toujours pas à faire baisser drastiquement le

nombre de fumeurs... Mais alors quelles sont les mesures efficaces ? Des campagnes de sensibilisation vers les jeunes ? Il ne semble pas correct d'investir des milliers d'euros dans ce type de campagnes qui ont montré leurs limites... Le fait d'avoir limité les endroits où l'on peut fumer est déjà une mesure plus efficace ! Mais il faut miser sur une mesure très impopulaire, mais implacable : augmenter drastiquement les prix... L'exemple français est, sur ce plan, particulièrement parlant : en 2003, le prix du paquet a été augmenté sur une année de 40% ; résultat, une chute importante dans les ventes a été enregistrée par la suite³. Bertrand Dautzenberg, pneumologue à l'hôpital de la Pitié-Salpêtrière à Paris, et président de l'Office français de prévention du tabagisme⁴ évoque, suite à cette augmentation de prix, une diminution des ventes de cigarettes de 32%, une diminution de 76% du tabagisme chez les collégiens parisiens et de 23% chez les appelés, participant à une Journée de défense et de citoyenneté. La prévalence du tabagisme a in fine diminué de 12%³. Chez nous, rien de tout cela. La politique suivie depuis 5 ans est celle des augmentations faibles, d'une dizaine de centimes d'euros sur le paquet, ce qui n'a aucun impact sur la consommation... mais bien sur les recettes de l'Etat ! En France, depuis 2007, c'est aussi la politique menée, avec des augmentations très limitées, et l'on constate que la vente de tabac ne diminue plus.

Selon B. Dautzenberg, la consommation a même tendance à repartir à la hausse : de 7% chez les adultes, de 35% chez les collégiens parisiens, et de 9% entre 2008 et 2011 chez les jeunes adultes...⁵

Autrement dit, le prix induit une motivation très forte à l'arrêt du tabac : c'est donc sur ce plan qu'il faut jouer pour la faire chuter, CQFD !

Faire de la cigarette un produit de luxe ?

On l'entend bien, augmenter drastiquement les prix fait chuter la consommation. Mais faut-il dès lors décider de faire du tabac un produit de luxe, que seuls les aisés – qui sont proportionnellement moins fumeurs que les

3. « La réponse des politiques aux lobbies du tabac peut conduire au pire et au meilleur »
Editorial du Journal International de Médecin du 22/09/2012.

4. B. Dautzenberg est l'auteur du livre « La République enfumée », OFTA Editions, 2012, préfacée par Gérard Dubois. www.ofta-asso.fr

5. Voir le tableau de bord mensuel des indicateurs tabac d'octobre 2012 sur le site www.ofdt.fr

classes socialement défavorisées – pourront s’offrir ? Cela signifie-t-il que les fumeurs pauvres devront soit sacrifier une part toujours plus importante de leur maigre budget mensuel à leurs cigarettes, soit se débrouiller pour réussir à arrêter de fumer ? Alors que l’on connaît le taux faramineux d’échec des techniques d’aide à l’arrêt tabagique...⁶ Et que l’on sait l’effet antidépresseur du tabac pour ces populations qui vivent des vies déjà difficiles... Les fumeurs savent que le tabac tue, rend gravement malade ! Ils n’ont pas le choix : ils devront arrêter ! Et l’on pourrait ajouter qu’ils feront du même coup des économies... Mais pour arrêter, la volonté ne suffit pas ; les diverses méthodes de sevrage ont aussi leurs limites. S’ils n’arrêtent pas de fumer, les plus pauvres devront alors consacrer une part croissante de leur budget à leurs cigarettes, ou leur tabac à rouler... ●

6. Stead et al.
Nicotine replacement
therapy for smoking
cessation. *Cochrane
Databas. Syst. Rev.*
2008 ; 1. et 2012.
USDHHS. *Treatinf
Tobacco Use and
dependance. A
Clinical Practice
guideline. MD AHQR
2008.*