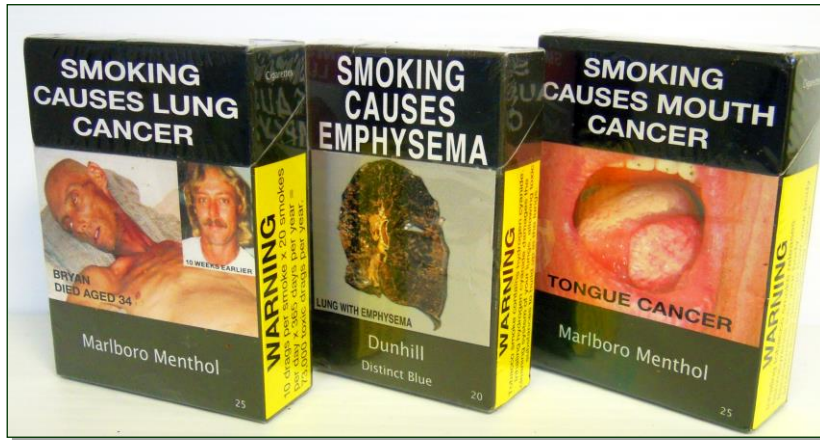




L'emballage neutre et standardisé en Australie : un impact substantiel

(avril 2015)



L'emballage neutre et standardisé de tous les produits du tabac est entré en vigueur le 1^{er} décembre 2012 en Australie. Depuis :

► **Le taux de tabagisme en Australie est passé de 15,1 % (2010) à 12,8 % (2013).ⁱ**

La chute du taux de tabagisme est la plus haute enregistrée depuis le début de l'enquête (1993), deux fois plus importante que la chute annuelle moyenne des 23 dernières années. Les experts en santé publique attribuent cette baisse en presque totalité à la mise en œuvre de l'emballage neutre.ⁱⁱ

En effet, bien que l'Australie ait une excellente politique d'augmentation régulière des taxes sur le tabac, dans ce cas, ce ne sont pas les taxes qui sont à la base de cette baisse historique. La hausse de taxes de 25 % de 2010 *était déjà en vigueur lors de la collecte de données de 2010* (15,1 %) : ces données initiales incorporaient donc déjà l'impact de cette augmentation. De plus, la collecte des données suivantes en 2013 s'est faite d'août à novembre, soit *avant la hausse de taxe suivante* (de 12,5 %, le 1^{er} décembre 2013). Les effets de cette hausse seront donc visibles dans les données du prochain sondage.

"The percentage fall between 2010 and 2013 was a record 15.2 per cent. The average percentage decline across the nine triennial surveys since 1991 had been 7.6 per cent, with the previous biggest fall being 11 per cent."

► **L'âge d'initiation au tabagisme en Australie est passé de 14,2 ans (2010) à 15,9 ans (2013).ⁱⁱⁱ**

Au Québec, l'âge d'initiation demeure très bas, à 13,3 ans.^{iv} L'initiation tabagique avant l'âge de 18 ans est particulièrement problématique : plus les jeunes commencent à fumer tôt, plus ils sont à risque de continuer. Repousser l'âge moyen d'initiation tabagique diminue globalement le tabagisme. L'augmentation de l'âge de l'initiation tabagique en Australie suite à l'emballage neutre démontre qu'il s'agit d'une mesure efficace pour protéger les jeunes.

► **Le nombre moyen de cigarettes consommées par semaine en Australie a baissé de 111 à 96 cigarettes.**^v

Malgré le taux de tabagisme beaucoup plus bas qu'au Québec, les données australiennes montrent qu'il est possible de faire tout à la fois du progrès quant au taux de tabagisme de même qu'au niveau de la quantité de tabac consommé par les fumeurs.

Un mythe commun est celui du « noyau dur », c'est-à-dire l'hypothèse qui prédit qu'au-delà d'un certain taux de tabagisme, l'on fait face à un « noyau dur » de fumeurs qui « résistent » aux pressions antitabac et ne répondent plus aux mesures de contrôle tabagique comme le prix et les mises en garde de santé. L'exemple australien dément complètement ce mythe : même avec 10 points de pourcentage de moins que le Québec, le nombre de cigarettes fumées (un indicateur de la « coriacité » des fumeurs) n'a pas augmenté pendant que le nombre de fumeurs a baissé (et a même légèrement baissé). Même avec moins de 13 % de tabagisme, les Australiens n'ont pas encore atteint ce « noyau »; il est donc peu probable qu'on en soit proche au Québec avec un taux de tabagisme largement supérieur (plus de 21 %).

▷ **Avis d'experts :**

Santé Canada (1995)^{vi} :

« Dénuder les paquets de cigarettes des principaux éléments propres à une marque (autre que son nom) semble limiter la capacité des adolescents à associer des images précises à des marques données. Ces marques perdent de ce fait leur valeur identitaire et leurs caractéristiques distinctives. »

Convention-cadre internationale de l'Organisation mondiale de la Santé^{vii} :

« Les parties reconnaissent que l'interdiction globale de la publicité, de la promotion et du parrainage réduira la consommation des produits du tabac. ... Les Parties devraient envisager d'adopter des exigences concernant un conditionnement [emballage] neutre pour éliminer l'effet de la publicité ou de la promotion ... Le conditionnement [emballage], les cigarettes individuelles ou les autres produits du tabac ne doivent comporter aucune publicité ou promotion ni caractéristique de conception rendant les produits attrayants. »

▷ **Études scientifiques :**

► L'étude « **How does increasingly plain cigarette packaging influence adult smokers' perceptions about brand image? An experimental study** », publiée dans *Tobacco Control*^{viii}, relève que la réduction de l'imagerie sur les paquets rend les produits du tabac moins attrayants pour les fumeurs :

« Compared with current cigarette packs with full branding, cigarette packs that displayed progressively fewer branding design elements were perceived increasingly unfavourably in terms of smokers' appraisals of the packs, the smokers who might smoke such packs, and the inferred experience of smoking a cigarette from these packs. For example, cardboard brown packs with the number of enclosed cigarettes displayed on the front of the pack and featuring only the brand name in small standard font at the bottom of the pack face were rated as significantly less attractive and popular than original branded packs. Smokers of these plain packs were rated as significantly less trendy/stylish, less sociable/outgoing and less mature than smokers of the original pack. Compared with original packs, smokers inferred that cigarettes from these plain packs would be less rich in tobacco, less satisfying and of lower quality tobacco. »

► Une étude parue l’an dernier dans le *British Medical Journal*, « **Introduction effects of the Australian plain packaging policy on adult smokers: a cross-sectional study** », ^{ix} en arrive à la même conclusion, en plus de souligner l’impact positif sur l’appui du public pour des mesures antitabac :

« *The early indication is that plain packaging is associated with lower smoking appeal, more support for the policy and more urgency to quit among adult smokers.* »

► Le *Public Health Research Consortium* britannique a également opéré une méta-analyse confirmant les bienfaits de l’emballage neutre “**Plain Tobacco Packaging: A Systematic Review**”^x :

« *This systematic review outlines findings from 37 studies that provide evidence of the impacts of plain tobacco packaging. ... Plain packaging has been shown to:*

- *reduce pack and product appeal, by making packs appear less attractive and of lower quality, and by weakening the positive smoker identity and personality attributes associated with branded packs;*
- *increase the salience of health warning, in terms of improving the recall and perceived seriousness and believability of warnings;*
- *reduce the confusion about product harm that can result from branded packs. ...*
- *likely [has] a deterrent effect on the onset of smoking by young people and as likely to encourage existing smokers to quit.*

▷ Autres pays ayant adopté ou considérant mettre en œuvre cette mesure :

► L’**Irlande** a adopté en mars dernier l’instauration de l’emballage neutre et standardisé à partir de mai 2017.^{xi,xii}

► Le parlement du **Royaume-Uni** a aussi adopté récemment un nouveau règlement mettant en place l’emballage neutre et, ce, dès mai 2016.^{xiii}

► **La France** a adopté début avril un amendement introduisant l’emballage neutre dès mai 2016, dans le cadre d’un projet de loi plus général qui sera adopté plus tard ce printemps.^{xiv}

► La **Nouvelle-Zélande** a déjà adopté l’emballage neutre en principe au Parlement et entend procéder à sa mise en œuvre au terme de la plainte de l’industrie contre l’Australie devant l’Organisation mondiale du commerce.^{xv}

► Le gouvernement de la **Norvège** a annoncé cet hiver un début de consultation publique sur son intention d’instaurer lui aussi l’emballage neutre prochainement.^{xvi}

► L’**Afrique du Sud** a exprimé un intérêt marqué pour la mesure. Cet été, le ministre de la Santé du pays n’a pas caché son enthousiasme et l’importance qu’il attache à la question^{xvii} :

"I am not even sure we can wait for that WTO decision. We can start making preparations now," South African Health Minister Aaron Motsoaledi told Reuters. "I want it as soon as possible but realistically and most probably it would be next year," said Motsoaledi, a former smoker who quit in his final year of medical studies more than three decades ago."

► Les **Émirats Arabes Unis** ont également exprimé leur intérêt envers la mesure,^{xviii} de même que d’autres états comme la Finlande^{xix} et Singapour.^{xx}

► La mesure fait d’ailleurs partie de celles recommandées par l’**OMS**, qui propose dans sa Convention-cadre internationale de faire appel à des mesures sur l’emballage. La directrice générale de l’OMS a d’ailleurs félicité l’Australie et qualifié la mesure de “courageuse”.^{xxi}

▷ Mesures transitoires qui pourraient faire progresser le paquet vers l’emballage neutre :

► **Imposer un format spécifique au paquet**, par exemple : tous les paquets doivent prendre la forme du « vieux » paquet coulissant. Ceci éliminerait la gamme de nouveaux formats ayant été introduits sur le marché (et tous ceux qui ne le sont pas encore), soit les petits paquets qui ressemblent à un boîtier de rouge à lèvres ou à un gadget électronique, les paquets « festifs » pour le temps de Fêtes qui se séparent aisément en deux (pour « partager »), les paquets avec un emballage « double » qui permet de jeter l’emballage extérieur qui contient la mise en garde, etc. Cela assurerait aussi que les mises en garde ne soient pas déformées.

► **Standardiser la taille des mises en garde**, afin que ce soit le paquet qui s’adapte à la mise en garde et non l’inverse. Cela permettrait de protéger les mises en garde et d’optimiser leur effet, puisqu’elles ont été créées avec un paquet beaucoup plus gros et large en tête et non pas les petits paquets effilés actuels qui diminuent l’efficacité de cette mesure. Plus les mises en garde sont grandes, plus elles sont efficaces, mais les nouvelles mises en garde de 75 % sont souvent plus petites sur les nouveaux paquets que celles à 50 % sur des gros paquets coulissants traditionnels. Comme il ne faut pas seulement avoir des mises en garde dont la taille relative est importante, mais aussi la taille absolue, il serait utile d’au moins instaurer une taille minimale pour les mises en garde (l’Union européenne a introduit un minimum absolu en plus d’une taille relative dans sa dernière directive,^{xxii} et l’Inde a fait de même).^{xxiii}

► **Interdire les familles de marques**, en ne permettant qu’un produit par marque. De cette façon, il est plus difficile pour l’industrie d’utiliser la gradation de couleurs, une gradation de chiffres ou une gamme de termes différents pour créer de fausses perceptions sur les risques relatifs — par exemple un « du Maurier » *intense* pour les « gros » fumeurs et un *velouté* pour les « petits » fumeurs. Cela limiterait aussi le marketing par la diversification des marques.

► **Interdire les cigarettes minces et ultra-minces**, éliminant ainsi les cigarettes élégantes et effilées associées à la minceur qui visent les jeunes femmes à la mode ou soucieuses de leur poids. On pense entre autres aux cigarettes « Vogue » qui sont vendues dans un emballage allongé similaire à un boîtier de cosmétiques et dont le nom (celui d’une revue de mode prisée) laisse transparaître le segment visé.

▷ Impact financier de l’emballage neutre :

► **Société de placement Morgan Stanley**^{xxiv} : La réaction des analystes financiers devant l’adoption éventuelle des emballages neutres fournit des données éloquentes quant à l’impact économique qu’aurait cette politique sur l’industrie du tabac. La société de placement Morgan Stanley conclut qu’outre la taxation, les réformes visant l’emballage neutre et l’interdiction des étalages inquiètent le plus les fabricants, car ces deux aspects « restreindraient considérablement la capacité de l’industrie à faire la promotion de ses produits ».

▷ Impact de l’emballage neutre sur la contrebande de tabac :

► Avant la mise en œuvre de l’emballage neutre, plusieurs cris d’alarme avaient été lancés par l’industrie et des groupes qui en sont proches, prédisant que l’emballage neutre allait faire augmenter la consommation des cigarettes de contrebande, de marques moins dispendieuses venant d’Asie, et que les achats se feraient moins dans les dépanneurs. Une étude conduite depuis montre que rien de tel ne s’est produit dans l’État de Victoria en Australie^{xxv} :

“The study found no evidence the introduction of standardised packaging had changed the proportion of people purchasing from small mixed-business retailers, purchasing cheap brands imported from Asia, or using illicit tobacco in Victoria, Australia.”

La menace de la contrebande est le cri d’alarme « classique » de l’industrie lorsque des mesures efficaces de réduction du tabagisme s’apprêtent à être mises en place, et relève plus de la technique de peur que d’une analyse des faits.

▷ Points saillants:

- ▶ En Australie, l'emballage neutre a été suivi d'une diminution du taux de tabagisme, la plus haute enregistrée en 23 ans (et exactement le double de la moyenne de la baisse annuelle);
- ▶ en Australie, sur la même période de temps, l'emballage neutre a été suivi d'une augmentation de l'âge d'initiation par les jeunes et de la proportion des jeunes n'ayant jamais fumé;
- ▶ toujours dans la même période, l'emballage neutre a été suivi d'une réduction du nombre moyen de cigarettes consommées par fumeur et de la quantité totale de tabac vendu en Australie (de 3,4 %, alors que la population a augmenté de 1,7 %);
- ▶ à son implantation en Australie, l'emballage neutre a été suivi d'une augmentation fulgurante des appels à la ligne de support à la cessation (environ 80 %)^{xxvi};
- ▶ selon des études, l'emballage neutre change la perception du goût des cigarettes : les consommateurs disent qu'elles goûtent moins bon lorsqu'elles sont présentées dans un paquet neutre^{xxvii};
- ▶ enfin, selon d'autres études, l'emballage neutre a modifié le comportement des fumeurs à l'égard de leurs paquets : ils ont plus tendance à les cacher (plutôt que de le laisser en vue, ce qui contribue à la promotion des marques)^{xxviii};
- ▶ selon plusieurs études, lorsqu'elles sont ajoutées à l'emballage neutre, les mises en garde de santé sont plus prépondérantes et plus faciles à voir et à retenir que les mêmes mises en garde sur les paquets avec des logos de marque. En outre, les mises en garde de santé sur les paquets neutres sont perçues comme étant plus sérieuses et crédibles.

Références

- ⁱ **Australian Institute of Health and Welfare**, National Drugs Strategy Household Surveys (NDSHS), <http://www.aihw.gov.au/alcohol-and-other-drugs/ndshs/>
- ⁱⁱ **Simon Chapman**, "Big Tobacco's smoke and mirrors won't work this time", 22 juillet 2014. <http://www.abc.net.au/news/2014-07-23/chapman-big-tobaccos-smoke-and-mirrors-wont-work-this-time/5613852>
- ⁱⁱⁱ **Australian Institute of Health and Welfare**, National Drugs Strategy Household Surveys (NDSHS), <http://www.aihw.gov.au/alcohol-and-other-drugs/ndshs/>
- ^{iv} **Institut de la statistique du Québec**, « Enquête québécoise sur le tabac, l'alcool, la drogue et le jeu chez les élèves du secondaire, 2013 », novembre 2014, page 74. <http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/sante/enfants-ados/alcool-tabac-droque-jeu/tabac-alcool-droque-jeu-2013.pdf>
- ^v **Australian Institute of Health and Welfare**, National Drugs Strategy Household Surveys (NDSHS), <http://www.aihw.gov.au/alcohol-and-other-drugs/ndshs/>
- ^{vi} **Comité d'experts, Santé Canada**, « Lorsque les emballages ne s'expriment plus : effets possibles de l'emballage neutre et générique des produits du tabac », Ottawa, mars 1995. (Traduction libre.)
- ^{vii} « Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac » de l'**Organisation mondiale de la santé**, 2003. <http://whqlibdoc.who.int/publications/2003/9242591017.pdf?ua=1>
- ^{viii} **Wakefield M.A., Germain D., Durkin S.J.** « How does increasingly plainer cigarette packaging influence adult smokers' perceptions about brand image? An experimental study », *Tobacco Control*, 2008;17:416-421 doi:10.1136/tc.2008.026732 <http://tobaccocontrol.bmj.com/content/17/6/416.full>
- ^{ix} **Wakefield M.A., Hayes L., Durkin S., Borland R.**, « Introduction effects of the Australian plain packaging policy on adult smokers: a cross-sectional study », *British Medical Journal*. 2013; 3(7): e003175. <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3710988/>
- ^x **Public Health Research Consortium (UK)**, "Plain Tobacco Packaging: A Systematic Review", juin 2012. http://phrc.lshtm.ac.uk/papers/PHRC_006_Final_Report.pdf
- ^{xi} **Houses of the Oireachtas** (législature irlandaise), "Public Health (Standardised Packaging of Tobacco) Bill 2014". <http://www.oireachtas.ie/viewdoc.asp?fn=/documents/bills28/bills/2014/5414/document1.htm>
- ^{xii} **Le Quotidien du Médecin**, « Tabac : l'Irlande devient le 2e pays à adopter le paquet neutre », 27 février 2015. <http://www.lequotidiendumedecin.fr/actualite/sante-publique/tabac-l-irlande-devient-le-2e-pays-adopter-le-paquet-neutre>
- ^{xiii} **Convenience Store**, "MPs have voted in favour of plain packaging for tobacco": <http://www.conveniencestore.co.uk/news/mps-have-voted-in-favour-of-plain-packaging-for-tobacco/515043.article> ; **Chambre des communes** (Royaume-Uni), procès-verbal: <http://www.parliament.uk/business/publications/hansard/commons/by-date/#session=26&year=2015&month=2&day=10> ; règlement : <http://www.legislation.gov.uk/ukdsi/2015/978011129876/contents> .
- ^{xiv} **France Soir**, « Tabac: le paquet neutre rendu obligatoire par l'Assemblée nationale », 3 avril 2015. <http://www.francesoir.fr/societe-sante/tabac-le-paquet-neutre-rendu-obligatoire-par-l-assemblee-nationale>
- ^{xv} **Tariana Turia, ministre déléguée à la Santé de la Nouvelle-Zélande**, "Government moves forward with plain packaging of tobacco products", <http://www.beehive.govt.nz/release/government-moves-forward-plain-packaging-tobacco-products>
- ^{xvi} **Gouvernement de Norvège**, "Norwegian Government to consult on proposal for standardised packaging of tobacco products", 9 février 2015. http://www.fctc.org/images/stories/Norway_plain_packs_press_release_090215.pdf
- ^{xvii} **Reuters**, « S.Africa plans plain cigarette packaging by 2015 – minister », 24 juillet 2014. <http://in.reuters.com/article/2014/07/24/safrica-tobacco-idNL6N0PZ4FZ20140724>
- ^{xviii} **GulfNews**, « Tougher measures to deter UAE smokers », 13 janvier 2014. <http://gulfnnews.com/news/gulf/uae/health/tougher-measures-to-deter-uae-smokers-1.1276947>
- ^{xix} **Ministère des Affaires sociales et de la Santé de la Finlande**, « Roadmap to a Tobacco-Free Finland: Action Plan on Tobacco Control », publié le 27 juin 2014. <http://www.stm.fi/en/publications/publication/-/julkaisu/1886404#en>
- ^{xx} **The Straits Times**, "Singapore Budget 2015: MOH may standardise packaging for cigarettes, ban display of tobacco products at cashiers", 12 mars 2015. <http://www.straitstimes.com/news/singapore/health/story/singapore-budget-2015-public-consultation-standardised-packaging-cigaretet>
- ^{xxi} **Organisation mondiale de la Santé**, "Conditionnement neutre des produits du tabac: l'expérience australienne", mai 2013. http://www.who.int/features/2013/australia_tobacco_packaging/fr/
- ^{xxii} **Union européenne**, directive 2014/40/UE, 3 avril 2014, article 9. http://ec.europa.eu/health/tobacco/docs/dir_201440_fr.pdf
- ^{xxiii} **Gouvernement de l'Inde**, règlement (version bilingue hindi-anglais), 15 octobre 2014. <http://www.tobaccolabels.ca/wp/wp-content/uploads/2014/11/India-2014-Cigarettes-and-other-Tobacco-Products-Amendment-Rules1.pdf>
- ^{xxiv} **Morgan Stanley Research Europe**, "Tobacco: Late to the party", London, 2007.
- ^{xxv} **PubMed Health**, "Plain cigarette pack fears 'unfounded,' says study", 29 août 2014. <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmedhealth/behindtheheadlines/news/2014-08-29-plain-cigarette-pack-fears-unfounded-says-study/>
- ^{xxvi} **Jane M Young, Ingrid Stacey, Timothy A Dobbins et al.**, "Association between tobacco plain packaging and Quitline calls: a population-based, interrupted time-series analysis", *Medical Journal of Australia*, 2014; 200 (1): 29-32. <https://www.mja.com.au/journal/2014/200/1/association-between-tobacco-plain-packaging-and-quitline-calls-population-based>
- ^{xxvii} **Ashleigh Guillaumier, Billie Bonevski, Christine Paul**, "Tobacco health warning messages on plain cigarette packs and in television campaigns: a qualitative study with Australian socioeconomically disadvantaged smokers", *Health Education Research*, 25 juin 2014. <http://her.oxfordjournals.org/content/early/2014/06/25/her.cyu037.abstract>
- ^{xxviii} **Wakefield MA, Hayes L, Durkin S, et al.** "Introduction effects of the Australian plain packaging policy on adult smokers: a cross-sectional study". *BMJ Open* 2013;3:e003175. <http://bmjopen.bmj.com/content/3/7/e003175.full.pdf+html>