

Document d'information : adoption des lignes directrices pour l'application des articles 9 et 10 (réglementation de la composition des produits du tabac et des informations sur les produits du tabac à communiquer)

Quatrième session de la Conférence des Parties à la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac, 15-20 novembre 2010, Punta del Este, Uruguay

Recommandation

L'Alliance pour la Convention-cadre soutient le projet de lignes directrices pour l'application des articles 9 et 10 (réglementation de la composition des produits du tabac et des informations sur les produits du tabac à communiquer) et recommande que la quatrième session de la Conférence des Parties à la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac adopte en l'état les lignes directrices proposées.

Elle recommande que les Parties qui sont à un stade précoce de mise en œuvre de la CCLAT privilégient l'application d'autres mesures de la CCLAT que celle des lignes directrices des articles 9 et 10 et l'Alliance pour la Convention-cadre demande que la Conférence des Parties intègre à cet effet une telle recommandation dans sa décision d'adoption des lignes directrices.

Contexte

L'article 9 de la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac (CCLAT) traite des tests et de l'analyse de la composition et des émissions des produits du tabac et de la réglementation de cette composition et de ces émissions. L'article 10 traite quant à lui de la communication des informations sur la composition et les émissions des produits du tabac.

À sa première session (COP-1), la Conférence des Parties a décidé d'entamer l'élaboration de lignes directrices pour l'application des articles 9 et 10.¹ (Les travaux du groupe de travail se sont poursuivis sur décision des deuxième (COP-2)² et troisième sessions (COP-3).³)

À sa deuxième session (COP-2), la Conférence des Parties a prié le groupe de travail d'intégrer dans ses travaux les caractéristiques des produits, dont celles de la conception, dans la mesure où elles influent sur les objectifs de la Convention.⁴

À sa troisième session (COP-3), la Conférence des Parties a demandé au groupe de travail de poursuivre ses travaux, en élaborant des lignes directrices selon un processus étape par étape, et de présenter un premier ensemble de lignes directrices à examiner par la Conférence des Parties lors de la quatrième session (COP-4).⁵ Cette décision envisageait que les lignes directrices présentées lors de la COP-4 ne seraient que partielles, cette approche étape par étape est soutenue par l'Alliance pour la Convention-cadre (FCA). Le groupe de travail a présenté un projet de lignes directrices (document FCTC/COP/4/6).

Tout comme dans les précédents documents d'information sur le sujet, la FCA recommande de ne pas appliquer les articles 9 et 10 aux dépens de politiques efficaces de lutte antitabac existantes prescrites par d'autres articles de la CCLAT et cela malgré leur importance dans la politique de lutte

¹ Décision FCTC/COP1(15).

² Décision FCTC/COP2(14).

³ Décision FCTC/COP3(9).

⁴ Décision FCTC/COP2(14).

⁵ Décision FCTC/COP3(9).

antitabac. Même si l'industrie du tabac est tenue de financer l'application des articles 9 et 10 (position soutenue par la FCA), des coûts en matière de ressource et d'opportunité pourraient subsister pour les organismes de réglementation, notamment en ce qui concerne les rapports détaillés obligatoires. Dans une future décision portant sur l'adoption des lignes directrices pour l'application des articles 9 et 10, la Conférence des Parties devra formuler des conseils afin que les Parties, à un stade plus précoce de la mise en œuvre de la CCLAT, privilégient l'application d'autres dispositions que celles des articles 9 et 10.

Le projet de directives

La FCA félicite le groupe de travail sur les articles 9 et 10 pour l'excellent travail accompli dans l'élaboration du projet de lignes directrices. Elle estime que la quatrième Conférence des Parties devrait adopter en l'état les lignes directrices.

Les lignes directrices élaborées par le groupe de travail proposent aux Parties des recommandations très utiles pour l'application des articles 9 et 10. Elles se fondent sur la recherche, l'expérience des pays et les connaissances des pratiques de l'industrie du tabac. Ces lignes directrices fournissent des conseils et des recommandations sur la réglementation des ingrédients pour réduire l'attractivité du produit mais aussi sur la communication d'informations aux autorités gouvernementales sur les ingrédients et les caractéristiques de la conception.

Le présent projet de lignes directrices ne porte pas sur la réglementation visant à réduire l'attractivité ou la toxicité, sur les tests et la communication des émissions ou sur la communication au public d'informations en matière de composition et d'émissions ; ces aspects seront traités ultérieurement conformément à la décision de la Conférence des Parties d'élaborer des lignes directrices pour l'application des articles 9 et 10 selon un processus étape par étape.

Si elles sont adoptées, les lignes directrices aideront les Parties à appliquer efficacement les articles 9 et 10.

La FCA soutient le projet de lignes directrices et commente ici certains points particulièrement importants.

Réglementation des arômes et d'autres ingrédients (section 3.1.2)

Le projet de lignes directrices recommande aux Parties de restreindre, voire d'interdire, l'utilisation d'ingrédients destinés à améliorer le goût (l'attractivité), tels que les sucres et les édulcorants, les aromatisants, les épices et les extraits végétaux, dans les cigarettes et les produits du tabac apparentés (section 3.1.2.2(i)).

De plus en plus de pays/territoires disposent d'une législation pour réduire les arômes, comme l'Australie, le Canada, la France, la Thaïlande et les États-Unis, et des nouvelles mesures sont en attente à Singapour suite à l'adoption d'une nouvelle législation en 2010. Dans un document de consultation publié le 24 septembre 2010, la Commission européenne intègre la question de la réduction des arômes dans le cadre des modifications potentielles de la Directive relative aux produits du tabac qui doit s'appliquer dans les 27 pays de l'Union européenne.⁶

Les arômes occupent une place de plus en plus importante dans la stratégie marketing de l'industrie du tabac, particulièrement auprès des jeunes. Ils attirent l'attractivité des produits, encouragent les jeunes à commencer à fumer et dissuadent l'arrêt de la cigarette. (La FCA a préparé une compilation de photos de paquets de cigarettes aromatisées de plusieurs pays disponible sur Internet à l'adresse suivante :

http://www.ftc.org/index.php?option=com_content&view=article&id=89&Itemid=92.)

Dans un projet d'avis du 6 juillet 2010 élaboré pour la Commission européenne, le Comité scientifique des risques sanitaires émergents et nouveaux en référence à de nombreuses études est parvenu à la conclusion suivante : « l'attractivité peut être intensifiée de bien des façons, notamment par l'ajout

⁶ Commission européenne, Direction Générale de la Santé et des Consommateurs, Révision éventuelle de la directive relative aux produits du tabac 2001/37/CE, Document de consultation publique, DG SANGO, 2010.
http://ec.europa.eu/health/tobacco/consultations/tobacco_cons_01_en.htm

d'arômes ». ⁷ Une série d'études et d'autres éléments de preuve figurent en annexe de ce document d'information, notamment une déclaration de la Food and Drug Administration et des références à des documents internes de l'industrie du tabac. Au regard de l'ensemble de ces justifications, de plus en plus de gouvernements s'engagent dans cette voie de réglementation, interdiction.

La recommandation du projet de lignes directrices d'« interdire ou limiter » les aromatisants a rencontré une vive opposition de la part de Philip Morris International, de British American Tobacco et d'autres acteurs de l'industrie du tabac. Des pressions émanant de l'industrie du tabac tentent de discréditer une recommandation raisonnable, nécessaire et digne de soutien. L'ambition de l'industrie du tabac de conserver la liberté d'utiliser des arômes de chocolat, de fruits, de sucreries, de glaces (ex. : la vanille) ainsi que d'autres aromatisants en vue de renforcer l'attractivité de ses produits est incompatible avec la santé publique.

Philip Morris International, British American Tobacco ainsi que d'autres fabricants de tabac ont organisé une campagne de désinformation à un niveau international pour s'opposer au projet de lignes directrices relatives à l'application des articles 9 et 10. Contrairement aux allégations de l'industrie du tabac, ce projet ne recommande pas l'interdiction du tabac Burley ou de tout autre type de tabac. Du reste, les cigarettes contenant du tabac Burley sont toujours en vente dans les pays ayant imposé des restrictions importantes sur les aromatisants. Au Canada, les cigarettes contenant du tabac Burley sont toujours en vente mais sans arômes (Camel, Winston, Gauloises et Marlboro). ⁸

Le projet de lignes directrices recommande également aux Parties de restreindre voire d'interdire les ingrédients susceptibles de donner l'impression d'effets bénéfiques pour la santé (par ex. : les vitamines), les ingrédients sources d'énergie et de vitalité (ex. : la caféine) et les ingrédients aux propriétés colorantes (ex. : le papier à cigarette rose) dans les cigarettes et les produits du tabac apparentés (section 3.1.2.2(ii), (iii) et (iv)).

Le projet de lignes directrices souligne que les lignes directrices pour l'application de l'article 13 (Publicité, promotion et parrainage du tabac) recommandent aux Parties d'appliquer des restrictions au plus grand nombre possible de caractéristiques visant à rendre les produits du tabac plus attrayants pour les consommateurs, comme les papiers à cigarette colorés et les arômes agréables (section 3.1.2.1).

Le projet de lignes directrices recommande aux Parties d'envisager de rassembler des informations sur les ingrédients que l'on trouve dans les autres produits du tabac et d'étudier ces informations pour déterminer s'il convient de réglementer ces ingrédients (section 3.1.2.3).

Le projet de lignes directrices recommande aux Parties d'envisager d'interdire la vente de produits du tabac dont le conditionnement laisse supposer la présence d'un ingrédient qui a été interdit (section 7). Cette recommandation serait très utile pour la mise en œuvre des dispositions. Par conséquent, si un conditionnement décrit des cigarettes parfumées à la mangue ou à la cannelle, alors même que ces arômes sont interdits, les inspecteurs et responsables de l'application des lois pourraient facilement saisir le produit pour le seul motif de son emballage.

Informations sur les ingrédients à communiquer

Le projet de lignes directrices recommande aux Parties d'exiger des fabricants et importateurs de produits du tabac qu'ils communiquent à intervalles déterminés des informations sur les additifs et les autres ingrédients (ainsi que leurs quantités) des produits du tabac, et ce pour chaque marque selon un format standard de rapport (section 3.1.1.2).

Les lignes directrices reconnaissent que le but de la divulgation des données aux autorités gouvernementales est d'obtenir des informations pertinentes susceptibles de les aider dans la définition et la mise en œuvre des politiques, activités et réglementations appropriées concernant par

⁷ Comité scientifique des risques sanitaires émergents et nouveaux (CSRSSEN), « Dépendance et attractivité des additifs du tabac », consultation publique sur une demande d'avis préliminaire élaborée pour la Commission européenne, Direction Générale de la Santé et des Consommateurs, approuvée le 6 juillet 2010, publication le 9 juillet 2010, p.38. http://ec.europa.eu/health/scientific_committees/consultations/public_consultations/scenihr_cons_12_en.htm

⁸ Au Canada, les cigarettes Marlboro sont vendues dans un paquet avec les logos, couleurs et slogans de Marlboro sans le nom de la marque « Marlboro » pour des raisons de droit des marques.

exemple l'analyse de la composition et des émissions des produits du tabac, la surveillance des tendances du marché et l'évaluation des déclarations de l'industrie du tabac (section 1.2.2).

La recommandation concernant l'élaboration de rapports sur les ingrédients aux gouvernements se fonde sur la meilleure pratique internationale. Différents pays ont des exigences en matière de communication d'informations sur les ingrédients. Toutefois, la nature de ces exigences varie considérablement d'un pays à l'autre. Si un fabricant soumet une longue liste d'additifs utilisés dans toutes ses marques, il est inutile de préciser les additifs utilisés pour chaque marque individuelle. Quant au format du rapport, un format standard, voire électronique, pourrait faciliter la gestion des données par les gouvernements ainsi que leur étude et analyse.

Selon le projet de lignes directrices, les Parties ne devraient pas accepter de l'industrie du tabac des objections de confidentialité des données susceptibles d'empêcher les autorités gouvernementales de recevoir des informations concernant la composition et les émissions de produits du tabac (section 2.6). Dans certains pays, les fabricants de tabac se sont opposés à la législation qui préconisait la communication au gouvernement d'informations sur les ingrédients pour motif d'une violation des secrets de fabrication. La question de la communication au public d'informations sur les ingrédients signalés aux gouvernements sera traitée ultérieurement.

Informations à divulguer concernant les caractéristiques de conception des produits

Le projet de lignes directrices recommande aux Parties d'exiger des fabricants et importateurs de produits du tabac qu'ils communiquent à des intervalles déterminés des informations sur les caractéristiques de conception des cigarettes et produits du tabac apparentés (section 3.3 et Annexe 2). Parmi les caractéristiques de conception des cigarettes figurent les dimensions, le diamètre et le poids, les caractéristiques du filtre, notamment l'emplacement des orifices de ventilation, le degré de ventilation du papier, le type de papier à cigarette et le degré d'humidité.

Le projet de lignes directrices reconnaît que la collecte d'informations sur les caractéristiques des produits, comme les caractéristiques de conception, aidera les Parties à mieux comprendre l'impact de ces caractéristiques sur les niveaux d'émissions de fumée, à interpréter correctement les mesures obtenues et, plus important encore, à se tenir au courant des changements éventuels apportés à la conception des cigarettes (section 3.3.1.1).

De plus, les caractéristiques de conception peuvent améliorer l'attractivité des produits. Par exemple, les orifices de ventilation du filtre autour du papier manchette des cigarettes réduit l'âpreté de l'inhalation de la fumée, ce qui incite à une inhalation plus profonde et véhicule une fausse perception de moindre risque.

Informations à communiquer sur le marché

Le projet de directives recommande aux Parties d'exiger des fabricants et importateurs de produits du tabac qu'ils communiquent, pour chaque marque et à intervalles déterminés, des informations sur le volume des ventes en unités (par exemple le nombre de cigarettes ou le poids du tabac à rouler) (section 3.4.2).

Il reconnaît également que, pour pouvoir mettre en place une réglementation efficace des produits, il est essentiel que les autorités gouvernementales disposent d'informations précises sur le marché, qu'elles connaissent l'importance de tel ou tel produit du tabac par rapport à d'autres pour être mieux en mesure de déterminer quels sont les besoins et priorités en matière de réglementation. Aussi les informations sur les cigarettiers et sur leurs ventes contribuent à aider les autorités à évaluer l'ampleur et les tendances de la consommation de tabac (section 3.4.1). Plusieurs pays (dont la Nouvelle-Zélande) ont déjà adopté des lois exigeant la communication des données relatives aux ventes par marque. Diverses autorités gouvernementales en charge des taxes et droits d'accise requièrent en outre la communication de données sur les volumes des ventes, mais des obstacles entravent souvent la transmission de ces informations aux ministères de la Santé.

Financement

Le projet de lignes directrices fournit une liste utile des moyens qui s'offrent aux Parties pour financer les mesures de réglementation des produits du tabac et de communication des informations sur ces derniers (section 2.3 et Appendice 1). Les options énumérées sont les suivantes : (a) des taxes sur le tabac spécialement dédiées ; (b) des redevances de licences de fabrication et/ou d'importation ; (c)

des redevances d'homologation des produits du tabac ; (d) des licences de vente pour les distributeurs et/ou détaillants de produits du tabac ; (e) des amendes imposées à l'industrie du tabac et aux détaillants pour non-respect des prescriptions ;et (f) des redevances annuelles pour la surveillance des produits du tabac (industrie et détaillants).

La collecte d'informations détaillées sur les produits de l'industrie du tabac peut induire des coûts conséquents pour les Parties. Aussi serait-il être bénéfique pour ces dernières qu'elles envisagent de couvrir ces coûts de façon à éviter que les ressources ne soient prélevées dans d'autres domaines de la lutte antitabac. Au Brésil, par exemple, le gouvernement recouvre les coûts encourus par le biais de redevances annuelles devant être acquittées par l'industrie du tabac.

Société civile

Le projet de lignes directrices reconnaît que la société civile a un rôle important à jouer et qu'elle devrait être un partenaire actif (section 2.8). Les autres lignes directrices existantes relatives à la CCLAT soulignent également ce rôle majeur de la société civile.

Respect et mise en application de la réglementation

Le projet de lignes directrices formule une série de recommandations relatives au respect et à la mise en application de la réglementation (section 4). Bon nombre d'entre elles sont similaires aux dispositions figurant dans les lignes directrices existantes de la CCLAT.

Coopération internationale

Le projet de lignes directrices reconnaît que la coopération internationale est essentielle pour faire progresser la réglementation des produits du tabac et la communication d'informations les concernant (section 5). D'autres lignes directrices existantes relatives à la CCLAT soulignent également l'importance de la coopération internationale.

Annexe - Arômes

De nombreuses études et autres documents^{9, 10, 11, 12, 13,14,15,16,17, 18}, dont certains sont cités ci-après, mettent en évidence le fait que l'aromatisation des cigarettes et produits du tabac apparentés rendent ces produits plus attractifs et augmentent la consommation totale, comme en témoignent également plusieurs exemples récents d'utilisation des arômes par l'industrie du tabac.

Si l'adjonction d'aromatisants dans les cigarettes n'a aucun impact sur le total des ventes, alors pourquoi l'industrie du tabac s'évertue-t-elle à s'opposer aux mesures visant à interdire les arômes ou à les soumettre à des restrictions ?

Voici un extrait (références à l'appui) d'une notice d'information publiée par la Food and Drug Administration (FDA) des États-Unis,¹⁹ décrivant la popularité bien plus marquée des cigarettes aromatisées auprès des jeunes qu'auprès de la population plus âgée.

- « Dans une étude de 2004, 22,8 % des jeunes fumeurs de 17 ans interrogés disaient avoir consommé des cigarettes aromatisées au cours du mois écoulé, contre 6,7 % des fumeurs âgés de plus de 25 ans.²⁰
- Un sondage réalisé en mars 2008 a révélé qu'un jeune sur cinq, âgé de 12 à 17 ans, avait vu des produits du tabac aromatisés ou des publicités les concernant, contre seulement un adulte sur 10.²¹
- Une étude menée auprès de jeunes fumeurs âgés de 13 à 18 ans a révélé que 52 % de ceux qui avaient entendu parler des cigarettes aromatisées étaient tentés de les essayer et que près de 60 % pensaient que ces cigarettes avaient probablement un meilleur goût que les cigarettes ordinaires.²². »

La notice d'information de la FDA cite également des documents internes de l'industrie du tabac, comme en témoigne l'extrait suivant (références à l'appui) :

- Les documents de l'industrie révèlent une tendance claire à concevoir des cigarettes aromatisées afin de cibler les jeunes.

⁹ Manning KC, Kelly KJ, Comello ML., (2009), "Flavoured cigarettes, sensation seeking and adolescents' perceptions of cigarette brands," *Tobacco Control*, 18: 459-465.

¹⁰ World Health Organization Study Group on Tobacco Product Regulation. Candy-Flavoured Tobacco Products: Research Needs and Regulatory Recommendations, The Scientific Basis of Tobacco Product Regulation, WHO Technical Report Series 945, 2007, pp. 25-42. Disponible à l'adresse suivante : http://www.who.int/tobacco/global_interaction/tobreg/tsr/en/index.html

¹¹ Connolly GN (2004), "Sweet and spicy flavours: new brands for minorities and youth," *Tobacco Control*, 13(3): 211-212.

¹² Lewis, M.J., Wackowski, O., "Dealing with an innovative industry: a look at flavored cigarettes promoted by mainstream brands" *American Journal of Public Health*, 2006;96(2):244-251.

¹³ Carpenter CM, Ferris Wayne G, Connolly GN, Pauly J, Koh H (2005b), "New cigarette brands with flavors that appeal to youth," *Health Affairs*, 24(6): 1601-10.

¹⁴ Carter SM, Chapman S (2006), "Smokers and Non-smokers Talk About Regulatory Options in Tobacco Control," *Tobacco Control* 2006;15:398-204.

¹⁵ Danish Cancer Society (2008), "Tobacco Additives – A Study of the Available Literature" 2008 [Résumé du rapport complet disponible en anglais].

¹⁶ Talhout R, Opperhuizen A, van Amsterdam J (2006), "Sugars as tobacco ingredient: Effects on mainstream smoke composition," *Food and Chemical Toxicology*, Nov 2006;44(11):1789-98.

¹⁷ Connolly GN, Ferris Wayne G, Lymperis D, Doherty M. (2000), "How cigarette additives are used to mask environmental tobacco smoke," *Tobacco Control*, 9: 283-291.

¹⁸ Ashare, RL, Hawk LW Jr., Cummings KM, O'Connor RJ, Fix BV, Schmidt WC, "Smoking expectancies for flavored and non-flavored cigarettes among college students" *Addictive Behaviours*, 2007;17:537-544.

¹⁹ U.S. Food and Drug Administration, "Flavored Tobacco Product Fact Sheet" mis à jour le 19 avril 2010, consulté le 14 juin 2010.

<http://www.fda.gov/TobaccoProducts/ProtectingKidsfromTobacco/FlavoredTobacco/ucm183198.htm>

²⁰ Klein SM, Giovino GA, Barker DC, Tworek C, Cummings KM, O'Connor RJ. Use of flavored cigarettes among older adolescent and adult smokers: United States, 2004-2005. *Nicotine and Tobacco Research*, 2008;10(7):1209-14.

²¹ Enquête téléphonique nationale réalisée auprès d'adolescents de 12 à 17 ans et d'adultes par l'International Communications Research (ICR), mars 2008.

²² American Legacy Foundation, First Look Report 17: Cigarette Preferences Among Youth--Results from the 2006 Legacy Media Tracking Online (LMTO), June 5, 2007, http://americanlegacy.org/PDFPublications/fl_17.pdf.

- Les conseillers d'un fabricant ont développé les concepts de « cigarette pour les jeunes », aux saveurs coca et pomme, et une « cigarette à l'arôme sucré », affirmant « qu'on sait bien que les adolescents aiment les douceurs. Le miel pourrait être envisagé. »²³
- Un mémo d'un autre fabricant invitait ses employés à « fabriquer une cigarette délibérément destinée aux jeunes. Cela pourrait inclure le nom de la cigarette, le mélange, l'arôme et la technique de marketing... par exemple, un goût de friandise qui donnerait la satisfaction d'une cigarette. »²⁴
- D'autres documents internes décrivent les produits sucrés comme étant « ...destinés aux jeunes, fumeurs de cigarettes novices, adolescents ... quand on a envie d'une cigarette légère ou d'avoir un goût de chewing-gum ». ²⁵

Suivent des déclarations officielles provenant de l'UE, d'Australie, des États-Unis et du Canada, ainsi que d'autres informations :

Comité scientifique – Commission européenne

Dans un projet d'avis du 6 juillet 2010 préparé pour la Commission européenne, le Comité scientifique des risques sanitaires émergents et nouveaux a conclu que « l'attractivité peut être intensifiée de bien des façons, notamment par l'ajout d'arômes » (p. 38). Le Comité a également affirmé qu'un « certain nombre d'additifs favorisent l'attractivité des produits du tabac et sont, par conséquent, susceptibles de promouvoir l'initiation du tabagisme » (p. 14-15).²⁶

État de Victoria, Australie²⁷

Le 31 mai 2010, le ministre de la Santé de l'État australien de Victoria a annoncé l'interdiction prochaine par son gouvernement. des cigarettes aromatisées aux fruits et aux friandises Lors de cette déclaration, il a reconnu que ces cigarettes attiraient les enfants, précisant que : « les recherches menées par Cancer Council Victoria montrent que 40 % des jeunes filles de 16 et 17 ans se disent curieuses d'essayer les cigarettes au goût de fruit ou de sucette, et qu'un tiers des jeunes garçons indiquent que ces produits les inciteraient à essayer cette cigarette. Cette nouvelle interdiction entrera en vigueur afin de garantir que les adolescents ne commencent pas à fumer parce qu'ils sont attirés par le « charme » des cigarettes aromatisées aux fruits ou aux sucettes. »

Food and Drug Administration, États-Unis :²⁸

Voici un extrait d'une publication de la FDA aux États-Unis :

« Quel est le sens de l'annonce d'aujourd'hui sur les cigarettes aromatisées ?

Le tabagisme est la première cause de décès évitables aux États-Unis, fauchant plus de 400 000 vies chaque année. Pour réduire le nombre de décès et de maladies imputables au tabagisme, un moyen considérable consiste à éviter que les enfants et les adolescents ne commencent à fumer. Les études ont montré que les fumeurs de 17 ans sont trois fois plus susceptibles de consommer des cigarettes aromatisées que les fumeurs de plus de 25 ans. Outre le fait qu'ils attirent davantage les jeunes, les produits aromatisés permettent aux nouveaux fumeurs de commencer plus facilement car ils masquent le goût désagréable du tabac. Les études ont également mis en évidence que les jeunes considèrent les produits du tabac aromatisés comme moins dangereux que leurs équivalents non aromatisés.

²³ Marketing Innovations, "Youth Cigarette - New Concepts," Mémo adressé à Brown & Williamson, septembre 1972, Bates No. 170042014.

²⁴ Mémorandum interservices, R.J. Reynolds, 9 mai 1974, Bates n° 511244297-4298.

²⁵ Rapport de R.M. Manko Assoc. À Lorillard Tobacco Co. (août. 1978), disponible à l'adresse suivante : <http://tobaccodocuments.org/lor/85093450-3480.html?pattern=85093450-3480#images>.

²⁶ Scientific Committee on Emerging and Newly Identified Health Risks (SCENIHR), "Addictiveness and Attractiveness of Tobacco Additives", pre-consultation opinion prepared for the European Commission, Directorate-General for Health and Consumers, approuvé le 6 juillet 2010, publié le 9 juillet 2010.

http://ec.europa.eu/health/scientific_committees/consultations/public_consultations/scenihr_cons_12_en.htm

²⁷ State Government of Victoria, Australia, Department of Human Services, "Government to butt out fruit flavoured cigarettes" 31 mai 2010.

<http://hnb.dhs.vic.gov.au/web/pubaff/medrel.nsf/LinkView/2F57704743D9983FCA257734002238A5?OpenDocument>

²⁸ U.S. Food and Drug Administration, "Guidance to Industry and FDA Staff: General Questions and Answers on the Ban of Cigarettes that Contain Certain Characterizing Flavors (Edition 2)" 23 décembre 2009.

<http://www.fda.gov/TobaccoProducts/ProtectingKidsfromTobacco/FlavoredTobacco/ucm183228.htm>

Les cigarettes aromatisées ont un pouvoir addictif similaire et la même toxicité que les cigarettes normales. Éliminer ces produits aromatisés du marché, c'est barrer une route susceptible de mener les jeunes au tabagisme. Le Congrès a spécifiquement interdit la vente de cigarettes et la vente de leurs composants, tels que les filtres et papiers, qui contiennent certains arômes caractéristiques. Le retrait du marché des cigarettes contenant ces arômes caractéristiques est une étape importante dans les efforts de la nation visant à réduire la charge de morbidité et de mortalité imputable aux produits du tabac, comme le stipule la loi FSPTCA, signée le 22 juin 2009 par le Président Obama. »

Ministère canadien de la Santé²⁹

Le ministère canadien de la Santé a déclaré : « le 8 octobre 2009, le Parlement a adopté la *Loi modifiant la Loi sur le tabac*. Ces modifications ont pour but de protéger les enfants et les jeunes contre les pratiques de marketing de l'industrie du tabac qui les incitent à l'usage du tabac. Ces pratiques comprennent : l'ajout d'agents aromatisants ou d'autres additifs contribuant à rendre les cigarettes, les petits cigares et les blunts plus attrayants pour les enfants et les jeunes ».

Au Canada, quasiment tous les petits cigares sont aromatisés. Alors que cette catégorie de produits était quasiment inexistante il y a dix ans, les ventes ont bondi de 53 millions d'unités en 2001 à 461 millions en 2008. Une enquête nationale réalisée en 2008 a révélé que ces petits cigares sont plébiscités par les jeunes, 9 % des 15-19 ans et 12 % des 20-24 ans en ayant fumé au cours des 30 jours précédents, contre 3 % seulement des personnes de 25 ans et plus. 31 % des 15-19 ans et 48 % des 20-24 ans avaient également essayé les petits cigares au moins une fois^{30, 31}.

²⁹ Ministère canadien de la Santé, Fiche de renseignements « Loi modifiant la Loi sur le tabac », consultée le 14 juin 2010 http://www.hc-sc.gc.ca/hc-ps/tobac-tabac/legislation/federal/2009_fact-renseignements-fra.php

Voir également : Ministère canadien de la Santé, « Le gouvernement du Canada tient sa promesse de protéger les enfants contre le tabac », 20 avril 2010. http://www.hc-sc.gc.ca/ahc-asc/media/nr-cp/2010/2010_55-eng.php

³⁰ Cunningham, R. "Canada: ban on flavours" *Tobacco Control*, 2010;19(1):4-5.

<http://tobaccocontrol.bmj.com/content/19/1/3.full?sid=8a7adc9b-1bda-4c36-bed8-308add53127f>

³¹ Santé Canada, Enquête de surveillance de l'usage du tabac au Canada (ESUTC) 2008 http://www.hc-sc.gc.ca/hc-ps/tobac-tabac/research-recherche/stat/ctums-esutc_2008/ann_summary-sommaire-eng.php