

LE TABAC AROMATISÉ – LES FAITS

Depuis la mi-2010, des associations se disant porte-parole des producteurs de tabac du monde entier diffusent des informations trompeuses sur les arômes ajoutés aux produits du tabac et sur le projet de lignes directrices visant à « interdire ou limiter » ces arômes. Ce projet de lignes directrices fera l'objet de discussions lors de la Conférence des Parties (COP) à la Convention-cadre pour la lutte antitabac (CCLAT), traité mondial de lutte antitabac, qui se tiendra en novembre en Uruguay.

L'Alliance pour la Convention-cadre (FCA) soutient fermement le projet de lignes directrices pour l'application des articles 9 et 10 (portant sur la 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 COP adopte, en l'état, l'ensemble de ces lignes directrices.

Le projet de lignes directrices de la CCLAT exhorte à une réglementation en matière d'ajout d'arômes

Le projet de lignes directrices pour l'application des articles 9 et 10 de la CCLAT, portant sur la réglementation des produits du tabac, a été élaboré par un groupe de travail des Parties en vue de son examen par la COP (http://apps.who.int/gb/fctc/PDF/cop4/FCTC_COP4_6-fr.pdf). Le projet de lignes directrices recommande aux Parties d'interdire ou de limiter l'utilisation d'ingrédients pouvant servir à améliorer le goût (l'attractivité) des cigarettes et des produits du tabac apparentés, tels que les sucres et édulcorants, les aromatisants et les épices, les extraits végétaux.

L'aromatisation constitue un filon largement exploité dans les stratégies de marketing de l'industrie du tabac, notamment auprès des jeunes. L'aromatisation augmente l'attractivité, encourage les jeunes à commencer à fumer et décourage l'arrêt du tabac. (La FCA a préparé une compilation de photographies de paquets de cigarettes aromatisées de nombreux pays, qu'il est possible de consulter à l'adresse suivante :

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

La recommandation, à la section 3.1.2.2 (i) du projet de lignes directrices, « d'interdire ou de limiter » l'utilisation d'aromatisants s'est heurtée à la forte opposition de l'industrie du tabac. Philip Morris International, British American Tobacco et d'autres fabricants de tabac ont orchestré une vaste campagne de désinformation à l'échelle internationale pour s'opposer au projet de lignes directrices. Contrairement aux allégations de l'industrie du tabac, les lignes directrices envisagées ne recommandent pas d'interdire le tabac Burley ou quelconque autre type de tabac. En outre, des cigarettes contenant du Burley sont toujours commercialisées dans des territoires où l'utilisation d'aromatisants fait l'objet de sévères restrictions. Au Canada, les cigarettes américaines contenant du tabac Burley mais dépourvues de tout arôme, telles que les Camel, Winston, Gauloises et Marlboro, continuent d'être disponibles à la vente.¹

Malgré la pression exercée par l'industrie du tabac, la recommandation « d'interdire ou de limiter » l'ajout d'arômes est totalement raisonnable, nécessaire et digne de soutien. L'ambition de l'industrie, de jouir d'une totale liberté d'utiliser sans réglementation divers arômes de chocolat, de fruits, de friandises, de crème glacée et d'autres saveurs en vue de renforcer l'attractivité de ses produits est incompatible avec la santé publique.

Voici, ci-après, un extrait d'une note émanant de l'U.S. Food and Drug Administration (FDA)² qui décrit dans quelle mesure les cigarettes aromatisées sont de loin bien plus prisées par les jeunes que des personnes plus âgées :

¹ Au Canada, les cigarettes Marlboro sont vendues dans des paquets portant les logos, les couleurs et les slogans de Marlboro, mais ne mentionnant pas le nom de la marque « Marlboro » pour des raisons de droit des marques.

² U.S. Food and Drug Administration, *Flavored Tobacco Product Fact Sheet* updated April 19, 2010, accessed June 14, 2010.

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

- « 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.
- 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 10.³
- 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. »

Les lignes directrices recommandent également aux Parties d'interdire ou de limiter l'utilisation, dans les cigarettes et produits du tabac apparentés, des ingrédients pouvant donner l'impression que ces produits ont un effet bénéfique sur la santé (comme les vitamines), des ingrédients associés à l'énergie et à la vitalité (comme la caféine), et des ingrédients ayant des propriétés colorantes (comme le papier de cigarette rose) (voir sections 3.1.2.2(ii), (iii) et (iv) du projet de lignes directrices).

Le projet de lignes directrices souligne par ailleurs que les lignes directrices existantes pour l'application de l'article 13 de la CCLAT, concernant la publicité, la promotion et le parrainage en faveur 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, tels que les papiers à cigarettes colorés et les parfums attractifs (section 3.1.2.1).

Recours croissant à l'aromatisation de la part de l'industrie de tabac

Dans de nombreux pays, l'industrie du tabac recourt de plus en plus à l'aromatisation des cigarettes et d'autres produits du tabac. Dans certains cas, les cigarettes aromatisées sont commercialisées par de petites entreprises non rattachées aux grandes multinationales. Des fabricants de tabac comptant parmi les grandes multinationales vendent également des cigarettes parfumées.

Reconnaissant que les arômes ajoutés aux cigarettes et autres produits du tabac augmentent l'attractivité du produit, de plus en plus de pays réagissent en adoptant des lois visant à restreindre l'aromatisation :

Australie : certains États ont interdit l'ajout d'arômes de fruits et de friandises dans les cigarettes.

Thaïlande : des dispositions administratives prévoient l'interdiction sur le marché des cigarettes aromatisées aux fruits ou aux friandises.

États-Unis : la législation nationale interdit l'ajout d'arômes « caractéristiques » dans les cigarettes, le tabac à rouler et certains petits cigares. Parmi ces arômes caractéristiques figurent ceux donnant au produit un goût de fruit, de friandise, d'épices (comme le clous de girofle), de boisson alcoolisée, etc.

Canada : la législation nationale interdit l'utilisation d'arômes et d'additifs dans les cigarettes, les petits cigares et les feuilles de tabac à rouler « Blunt wrap » (papier à rouler fabriqué à partir de tabac).

France : un décret limite l'utilisation d'arômes, notamment de la vanille, dans les cigarettes.

Union européenne : Le 27 mai 2010, la Commission européenne a déclaré qu'un contrôle des « substances attractantes utilisées dans les produits du tabac » figure parmi les aspects actuellement à étudier en vue de la révision de la Directive européenne sur les produits du tabac. En outre, dans son 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 ».

(**Remarque** : la vente de cigarettes au menthol est toujours autorisée sur l'ensemble de ces territoires.)

Points essentiels

- L'industrie du tabac a tort de recourir à l'aromatisation en vue d'améliorer le goût des produits du tabac et de les rendre plus agréables à fumer.
- Comment peut-on accepter que des cigarettes contiennent des arômes de crème glacée, de friandises, de chocolat, de vanille, de fraise, de cerise, de pêche et de raisin ?

³ Enquête téléphonique nationale réalisée auprès d'adolescents de 12 à 17 ans et d'adultes par l'International Communications Research (ICR), mars 2008.

- Aucune recommandation intégrée à une ligne directrice de la CCLAT visant à maîtriser l'ajout d'arômes dans les cigarettes ne prétend interdire les cigarettes américaines ou le tabac Burley.
- L'industrie du tabac s'est lancée dans une campagne de désinformation et exerce une forte pression à l'encontre du projet de lignes directrices.
- Dans le cadre de la mise en œuvre de restrictions nationales, l'U.S. Food and Drug Administration a cité diverses sources mettant en évidence à quel point les cigarettes aromatisées attirent les jeunes (<http://www.fda.gov/TobaccoProducts/ProtectingKidsfromTobacco/FlavoredTobacco/ucm183198.htm>).

Alliance pour la Convention-cadre

La FCA est une alliance de la société civile regroupant, entre autres, des ONG, des institutions et des experts en vue d'encourager le développement et la mise en œuvre de la CCLAT, qui jette les bases d'une lutte antitabac efficace à l'échelle mondiale. Elle compte plus de 350 membres de plus de 100 pays différents. Pour de plus amples informations, veuillez consulter le site www.fctc.org.