

ÉTIQUETTES DE MISE EN GARDE

Réfutation des arguments de l'industrie

LES FABRICANTS DE TABAC S'OPPOSENT AUX MISES EN GARDE sous forme d'illustrations graphiques car ils les perçoivent comme une menace pour leur chiffre d'affaire. Voici une série d'allégations que les fabricants de tabac utilisent à l'échelle mondiale contre les étiquettes de mises en garde sous forme d'illustrations graphiques, suivies de contre-arguments réfutant chaque allégation.

L'INDUSTRIE ALLÈGUE QUE aucune preuve n'appuie l'efficacité des étiquettes de mise en garde sous forme d'illustrations graphiques.

RÉPONSE: Les études montrent que les étiquettes de mise en garde de grande taille sous forme d'illustrations graphiques incitent les fumeurs à fumer moins de cigarettes, à éviter de fumer devant les enfants et les femmes enceintes et à réduire leur consommation chez eux.² Elles renforcent également la connaissance des risques associés au tabagisme et peuvent persuader les fumeurs d'arrêter.^{3, 4} Les étiquettes de mise en garde les plus efficaces sont de grande taille, claires, couvrent au minimum 50 % des faces principales du paquet (avant et dos du paquet du produit) et possèdent des images colorées. Les messages devraient présenter l'ensemble des risques spécifiques et inclure des images, notamment pour attirer l'attention des populations analphabètes.^{5, 6} Les étiquettes de mise en garde sanitaires qui ne sont pas conformes aux exigences en termes de taille, de message ou d'illustration graphique ne sont pas aussi efficaces. Mettre l'accent sur les lignes téléphoniques d'aide au sevrage tabagique et y associer d'autres messages marquants sur l'arrêt du tabac, les méfaits du tabac tant sur le plan économique que social, et l'impact négatif du tabagisme sur les proches, sur les étiquettes de mise en garde sous forme d'illustrations graphiques constitue une méthode efficace pour informer le public des effets nocifs du tabac et inciter les fumeurs à arrêter. Les étiquettes de mise en garde sous forme d'illustrations graphiques devraient également inclure des informations sur les lignes téléphoniques d'aide au sevrage.⁷ ■

L'INDUSTRIE ALLÈGUE QUE les fumeurs connaissent déjà les risques inhérents au tabagisme.

RÉPONSE: Les études montrent qu'une grande partie des fumeurs ne connaissent pas bien les effets associés au tabagisme sur la santé et qu'ils sous-estiment la sévérité et l'étendue de ces risques.³ La compréhension des risques et de la sévérité du tabagisme est un facteur déterminant pour motiver les fumeurs à arrêter le tabac. Les avertissements sous forme d'images peuvent être une méthode efficace de sensibilisation à la gravité de ces risques.⁸⁻¹² Les fumeurs indiquent que l'emballage des produits du tabac leur apporte plus d'informations sur les risques inhérents au tabagisme que toute autre source, à l'exception de la télévision.^{13, 14} ■

L'INDUSTRIE ALLÈGUE QUE beaucoup de gens ne savent pas lire ; les étiquettes de mise en garde n'auront donc aucun effet.

RÉPONSE: Des images doivent accompagner le texte. Les images peuvent illustrer graphiquement les dangers du tabagisme et du tabagisme passif pour la santé et peuvent être comprises même sans texte.¹⁵⁻¹⁷ ■

« Les fabricants de tabac respectent le droit des responsables de la santé à exprimer leurs opinions sur des questions relatives à la santé publique. Dans ces circonstances, les fabricants considèrent que les étiquettes de mise en garde sont redondantes et non nécessaires. »¹

— The Tobacco Institute, 1980



Étiquette de mise en garde, Égypte

L'INDUSTRIE ALLÈGUE QUE les grandes mises en garde sanitaires sous forme d'illustrations graphiques violent le droit à la propriété des fabricants de tabac, y compris la protection des marques.

RÉPONSE: Les gouvernements de nombreux pays ont réfuté cette affirmation de l'industrie du tabac et adopté des lois strictes imposant l'utilisation de grandes mises en garde, sous forme d'illustrations graphiques. Dans la grande majorité des cas, l'adoption de ce type de loi n'a fait l'objet d'aucun recours juridique de la part de l'industrie. Lorsque des plaintes ont été déposées, elles se sont soldées par un verdict défavorable aux fabricants de tabac. Par exemple, la Cour de Justice des Communautés européennes a rejeté l'argument de British American Tobacco (BAT) et de Japan Tobacco International (JTI) selon lequel l'article de la Directive¹⁸ exigeant l'apposition de mises en garde de grande taille et interdisant l'utilisation d'informations tendancieuses violait le droit à la propriété, et notamment la protection de marque.¹⁹ La Cour Suprême du Canada a débouté l'industrie du tabac de sa plainte selon laquelle les mises en garde sous forme d'illustrations graphiques violaient leur liberté d'expression en vertu de la Charte canadienne des droits et libertés.^{13, 20} ■

L'INDUSTRIE ALLÈGUE QUE les restrictions à la liberté d'expression et aux droits de propriété ne devraient être autorisées qu'en cas d'urgence sociale.

RÉPONSE: L'épidémie mondiale de tabagisme est un problème de santé public urgent. On estime que d'ici 2030, elle entraînera plus de huit millions de décès par an, dont 80 % surviendront dans des pays en développement.²¹ Les étiquettes de mise en garde de grande taille sous forme d'illustrations graphiques peuvent inciter les fumeurs à arrêter et dissuader les non-fumeurs et les jeunes de commencer.^{13, 22, 23} ■

L'INDUSTRIE ALLÈGUE QUE les mises en garde sanitaires sous forme d'illustrations graphiques peuvent contrevenir aux obligations de pays signataires de traités internationaux relatifs au commerce et à la propriété intellectuelle.

RÉPONSE: Les Parties à la CCLAT sont guidées par le principe selon lequel chaque personne doit être informée des conséquences pour la santé, de la nature dépendogène et de la menace mortelle de la consommation de tabac et de l'exposition à la fumée du tabac.²⁴ En application de ce principe, les Parties sont tenues, aux termes de l'article 11 de la CCLAT, d'adopter et d'appliquer des mises en garde sanitaires de grande dimension, claires, visibles et lisibles, pouvant inclure des dessins ou pictogrammes dans les trois ans suivant l'entrée en vigueur du traité en ce qui les concerne.²⁵ ■

L'INDUSTRIE ALLÈGUE QUE les mises en garde sanitaires réduisent la valeur de la propriété privée en éliminant la « bonne intention » associée au paquet.

RÉPONSE: La valeur d'un produit de marque des fabricants de tabac ne surpasse pas l'intérêt et l'autorité des gouvernements à protéger leurs citoyens des emballages trompeurs et fallacieux laissant entendre directement ou implicitement qu'une marque de tabac serait moins nocive qu'une autre. ■



Étiquette de mise en garde, Singapour



Étiquette de mise en garde, Brésil

L'INDUSTRIE ALLÈGUE QUE les étiquettes de mise en garde de grande taille privent les consommateurs des informations nécessaires pour distinguer les produits d'un fabricant de ceux de ses concurrents.

RÉPONSE: Les emballages de produits du tabac sont des outils promotionnels et publicitaires sophistiqués conçus pour cibler plus particulièrement certaines catégories de consommateurs, y compris les adolescents.²⁶ ■

L'INDUSTRIE ALLÈGUE QUE l'impression des mises en garde graphiques et la rotation des messages peuvent être trop onéreuses et difficiles à respecter.

RÉPONSE: La technologie nécessaire à l'impression des mises en garde en couleur est largement utilisée.⁴ Les fabricants de tabac modifient leurs emballages à tout va pour promouvoir de nouveaux produits et de nouvelles saveurs. L'ajout de nouvelles étiquettes n'est pas plus compliqué ni plus onéreux que ces changements.²¹ ■

L'INDUSTRIE ALLÈGUE QUE il faut plus de temps aux fabricants de tabac que ce que leur accorde la loi pour implémenter les mises en garde sous forme d'illustrations graphiques.

RÉPONSE: Les fabricants de tabac ont prouvé qu'ils sont capables de respecter les exigences qui gouvernent les mises en garde sous forme d'illustrations graphiques en couleur entre 6 et 9 mois. Au Canada, les fabricants se sont conformés aux règles 6 mois après leur finalisation. La loi exigeait qu'environ 50 % des emballages de tabac présentent les nouvelles mises en garde dans les six mois suivant la disposition ; les emballages restant devant s'y conformer au bout d'un an au plus tard.²⁰ Le résumé de l'étude d'impact de la réglementation du Canada²⁷ décrit en détail les contre-arguments avancés par le pays face aux arguments des fabricants de tabac contre les mises en garde graphiques.²⁸ Au Brésil, les fabricants ont mis 9 mois à se conformer, malgré leurs soi-disant manques de moyens techniques pour appliquer les mises en garde en couleur dans les délais impartis.²⁹ Selon la CCLAT, l'implémentation des mises en garde sous forme d'illustrations graphiques ne doit pas prendre plus de 12 mois dès lors qu'un gouvernement l'exige.³⁰ ■

L'INDUSTRIE ALLÈGUE QUE lorsque les gens achètent leurs cigarettes à l'unité, ils ne voient même pas les paquets.

RÉPONSE: Les étiquettes de mise en garde doivent être adaptées à tous types d'emballage du tabac et ne pas se limiter au seul paquet de cigarettes.⁴ Si les messages sanitaires sont suffisamment grands et clairs, les gens les verront lorsqu'ils sont présentés à la vente, lorsqu'ils sont sortis des poches et sacs des fumeurs et lorsqu'ils sont mis au rebut. Les étiquettes de mise en garde sont l'une des formes d'éducation publique disponibles les moins onéreuses et qui touchent le plus de monde possible, que les gens achètent leurs cigarettes à l'unité ou en paquets.³¹⁻³³ ■

L'INDUSTRIE ALLÈGUE QUE les mises en garde sous forme d'illustrations graphiques « diabolisent » les fumeurs.

RÉPONSE: Les mises en garde sous forme d'illustrations graphiques ne « diabolisent » pas les fumeurs. Les études montrent que la majorité des non-fumeurs et des fumeurs sont favorables aux grandes mises en garde sous forme d'illustrations graphiques.¹⁶

³⁴ Ces mises en garde apportent aux fumeurs des informations utiles sur les effets du tabagisme sur la santé et le soutien à leur égard croît avec le temps.⁴ Les fumeurs qui



Étiquette de mise en garde, Canada



Étiquette de mise en garde, Brésil

vivent dans des pays ayant déjà instauré l'utilisation de grandes mises en garde sous forme d'images, tels que le Canada, indiquent souhaiter la présence de plus amples informations sanitaires sur leurs paquets.³⁵ ■

L'INDUSTRIE ALLÈGUE QUE si le gouvernement veut diffuser des messages de mise en garde sanitaire, il devrait utiliser les panneaux d'affichage et les publicités télévisées.

RÉPONSE: L'emballage des produits du tabac a une portée universelle et le coût des étiquettes figurant sur les paquets est supporté par les fabricants de tabac, et non par le gouvernement. En outre, l'association d'une campagne dans les médias de masse au renforcement des mises en garde sur les paquets est plus efficace qu'une campagne dans les médias de masse seule.²¹ ■

L'INDUSTRIE ALLÈGUE QUE les mises en garde sanitaire devraient informer le public, au lieu d'effrayer ou de stigmatiser les fumeurs.

RÉPONSE: Les étiquettes de mise en garde efficaces permettent de faire connaître davantage les risques associés au tabagisme et peuvent influencer les futures décisions concernant l'usage du tabac.^{3,4} Les étiquettes de mise en garde sont le plus efficaces pour sensibiliser le public aux risques du tabagisme pour la santé lorsqu'elles associent des illustrations graphiques et du texte et lorsqu'elles sont de grande taille et en couleur.^{13,15} La majorité des non-fumeurs et des fumeurs sont favorables aux mises en garde de grande taille sous forme d'illustrations graphiques. Ces mises en garde apportent des informations importantes sur les effets du tabagisme sur la santé et le soutien à leur égard augmente avec le temps.³⁴⁻³⁶ ■



Étiquette de mise en garde, Pakistan

(1) The Tobacco Institute. Tobacco in the developing nations (internal industry document.) 1980. Bates No. HK1327041/7057. <http://legacy.library.ucsf.edu/tid/iji20a00> (2) Health Promotion Board — Singapore. Graphic health warnings on tobacco packaging inspire smokers to quit the habit: Singapore: 2006. Available from: http://www.hpb.gov.sg/hpb/default.asp?pg_id=2233. (3) Hammond D, Fong GT, Borland R, Cummings KM, McNeill A, Driezen P. Text and graphic warnings on cigarette packages: Findings from the international tobacco control four country study. *American Journal of Preventive Medicine*. 2007 Mar;32(3):202-9. (4) Hammond D. Tobacco labelling toolkit: Implementation. In: Hammond D, editor. *Tobacco Labeling and Packaging Toolkit: a guide to FCTC article 11*. Waterloo: University of Waterloo; 2008. (5) CRÉATEC + Market Studies. Effectiveness of health warning messages on cigarette packages in informing less-literate smokers, final report. Montreal, Quebec: Communications Canada; 2003. Available from: http://www.smoke-free.ca/warnings/WarningsResearch/Createc_LiteracyFinal_EN_Dec03.doc. (6) Millar WJ. Reaching smokers with lower educational achievement. *Health Reports (Statistics Canada)*. 1996;8(2):11-9. (7) World Health Organization (WHO). Framework Convention on Tobacco Control. Guidelines to Article 11, para 23. Geneva: WHO; 2009. Available from: http://www.who.int/fctc/guidelines/article_11/en/index.html. (8) Levie WH, Lentz R. Effects of text illustrations: A review of research. *Educational Communication and Technology Journal*. 1982;30(4):195-232. (9) Braun CC, Kline PB, Silver NC. The influence of colour on warning label perceptions. *International Journal of Industrial Ergonomics*. 1995. (10) Wogalter WS, Godfrey SS, Fontenelle GA, Desaulniers DR, Rothstein PR, Laughery KR. Effectiveness of warnings. *Human Factors*. 1987;29(5):599-612. (11) Sherman SJ, Cialdini RB, Schwartzmann DF, Reynolds KD. Imagining can heighten or lower the perceived likelihood of contracting a disease: The mediating effect of ease of imagery. *Personality and Social Psychology Bulletin*. 1985;11(1):118-27. (12) Leventhal H. Findings and theory in the study of fear communications. In: Berkowitz L, editor. *Advances in experimental social psychology*. New York: Academic Press; 1970. p. 119-86. (13) Hammond D. Health warnings on tobacco packages: Summary of evidence and legal challenges. Waterloo: University of Waterloo; 2008 [cited on 2008 September 25]. Available from: [http://tobaccofreecenter.org/files/pdfs/reports_articles/India%20Labelling%20Review-Revised%20\(Hammond%202008\).pdf](http://tobaccofreecenter.org/files/pdfs/reports_articles/India%20Labelling%20Review-Revised%20(Hammond%202008).pdf). (14) Hammond D, Fong GT, McNeill A, Borland R, Cummings KM. Effectiveness of cigarette warning labels in informing smokers about the risks of smoking: Findings from the International Tobacco Control (ITC) Four Country Survey. *Tobacco Control*. 2006 Jun;15 Suppl 3:iii19-25. (15) Liefeld JP. The relative importance of the size, content and pictures on cigarette package warning messages. Department of Consumer Studies, University of Guelph, Prepared for Health Canada; 1999. (16) O'Hegarty M, Pederson LL, Nelson D, Mowery P, Gable JM, Wortley P. Reactions of young adult smokers to warning labels on cigarette packages. *American Journal of Preventive Medicine*. 2006;30(6):467-73. (17) Environics Research Group. Testing new health warning messages for cigarette packages: A summary of three phases of focus group research: Final report, prepared for Health Canada. 2000. Available from: <http://www.tobaccolabels.ca/health/canada>. (18) European Union (EU). Directive 2001/37/EC. 2001. Available from: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2001:194:0026:0034:EN:PDF>. (19) Case C-491/01, The Queen v. Secretary of State for Health, ex parte British American Tobacco (Investments) Ltd. and Imperial Tobacco Ltd., (2002). (20) Canada (Attorney General) v. JTI-Macdonald Corp., [2007] 2 S.C.R. 610, 2007 SCC 30, (2007). (21) World Health Organization (WHO). WHO Report on the global tobacco epidemic, 2008: The MPOWER package. Geneva: 2008. Available from: http://www.who.int/entity/tobacco/mpower/mpower_report_full_2008.pdf. (22) Vardavas CI, Connolly G, Karamanolis K, Kafatos A. Adolescents perceived effectiveness of the proposed European graphic tobacco warning labels. *European Journal of Public Health*. 2009 Apr;19(2):212-7. (23) White V, Webster B, Wakefield M. Do graphic health warning labels have an impact on adolescents' smoking-related beliefs and behaviours? *Addiction*. 2008 Sep;103(9):1562-71. (24) World Health Organization (WHO). Framework Convention on Tobacco Control, Article 4. Geneva: 2003. Available from: http://www.who.int/fctc/text_download/en/. (25) World Health Organization (WHO). Framework Convention on Tobacco Control, Article 11.1(b)(1-v). Geneva: 2003. Available from: http://www.who.int/fctc/text_download/en/. (26) Wakefield M, Morley C, Horan JK, Cummings KM. The cigarette pack as image: New evidence from tobacco industry documents. *Tobacco Control*. 2002 March;11 Suppl 1:173-80. (27) Mahood G, World Health Organization. Canada's Tobacco Package Label or Warning System: "Telling the Truth" about Tobacco Product Risks. Geneva: World Health Organization; 2003. Available from: http://www.who.int/tobacco/training/success_stories/en/best_practices_canada_package.pdf. (28) Health Canada. Tobacco Products Information Regulations. Regulatory Impact Analysis Statement. Canada Gazette Part I; April 1, 2000. (29) Cavalcante T, World Health Organization. Labelling and Packaging in Brazil. Geneva: World Health Organization; 2003. Available from: http://www.who.int/tobacco/training/success_stories/en/best_practices_brazil_labelling.pdf. (30) World Health Organization. Guidelines for implementation of Article 11 of the WHO Framework Convention on Tobacco Control (Packaging and labelling of tobacco products). Geneva: World Health Organization; 2008. Available from: http://www.who.int/fctc/guidelines/article_11/en/index.html. (31) Brown KS, Diener A, Ahmed R, Hammond D. Survey methods. In: Health Canada, editor. 2002 Youth Smoking Survey Technical Report. Ottawa: Ministry of Health; 2005. (32) Environics Research Group. The health effects of tobacco and health warning messages on cigarette packages--Survey of adults and adult smokers: Wave 9 surveys. 2005. (33) Fong G. International tobacco control policy evaluation. ITC South East Asia Survey; 2007. (34) Hammond D, Fong GT, McDonald PW, Cameron R, Brown KS. Impact of the graphic Canadian warning labels on adult smoking behaviour. *Tobacco Control*. 2003 Dec;12(4):391-5. (35) Hammond D, Fong GT, McDonald PW, Brown KS, Cameron R. Graphic Canadian cigarette warning labels and adverse outcomes: evidence from Canadian smokers. *American Journal of Public Health*. 2004 Aug;94(8):1442-5. (36) O'Hegarty M, Pederson LL, Yenokyan G, Nelson D, Wortley P. Young adults' perceptions of cigarette warning labels in the United States and Canada. *Preventing Chronic Disease*. 2007.