

Emballage des produits du tabac : pourquoi instaurer un Paquet Neutre Standardisé ?

Aujourd'hui dans le monde, **toutes les 6 secondes, une personne meurt, prématurément, dans des conditions particulièrement douloureuses ou foudroyantes à cause du tabac. En France, il tue chaque année plus de 60 000 personnes.**

Face à ce constat, la France s'est engagée, à travers la Convention Cadre pour la Lutte Anti-Tabac (CCLAT) de l'Organisation mondiale de la Santé, à **mettre en œuvre des mesures dont l'efficacité a été démontrée, pour lutter contre l'épidémie du tabagisme.**

Les emballages des produits du tabac sont conçus par les cigarettiers comme de **véritables supports publicitaires et de promotion pour attirer des consommateurs de plus en plus jeunes.** Pour contrer ce marketing et lutter efficacement contre l'image positive associée aux marques de tabac, **l'instauration de paquets neutres standardisés (PNS) pour tous les produits du tabac est une mesure préconisée par la CCLAT,** et dont le principe a été adopté par la France et l'Union Européenne au niveau international. Dans le prolongement de l'Australie, premier pays à instaurer ces produits en janvier 2012, **le CNCT demande aux pouvoirs publics français et européens de mettre en place ces nouveaux paquets.**

L'Institut National du Cancer a financé le Comité National Contre le Tabagisme afin qu'il effectue une étude sur l'impact possible de ces nouveaux paquets neutres standardisés ainsi que les conditions juridiques et pratiques de leur introduction en France.

Pr Yves MARTINET
Président du CNCT



Qu'est-ce qu'un paquet neutre standardisé ?

Le paquet neutre standardisé (PNS) se définit par une absence de tout élément publicitaire rappelant la marque : logos, couleurs, images de marque.

Ainsi, l'ensemble des paquets en vente seront identiques au niveau de la taille, de la forme, de la typographie et de la couleur.

Seuls seront autorisés le nom de la marque, les avertissements sanitaires graphiques, les informations sur les composants toxiques, la quantité de produit, et des données permettant de lutter efficacement contre la contrebande et les marchés parallèles (code barre de suivi et de traçabilité, nom du fabricant, lieu de fabrication, etc.). Les distinctions entre les différentes marques ne pourront donc s'effectuer qu'à travers le nom de la marque apparaissant sur le paquet, et ce, dans une police de caractère et une taille prescrites.



A fin d'évaluer l'impact de l'instauration des paquets neutres standardisés (PNS) en France, différentes études et consultations d'experts nationaux et internationaux, intervenant dans différents domaines (marketing, commerce illicite, droit, etc.), ont été réalisées par le Comité National Contre le Tabagisme.

Les conclusions de ce projet permettent d'aboutir à un **état des lieux et à des recommandations**.



Des packagings actuels attractifs qui ciblent les jeunes et dénaturent les messages de santé publique

Première expression de la marque, le packaging (emballage) des produits du tabac est un support de communication essentiel pour les cigarettiers dans le **recrutement et la fidélisation des consommateurs**, au même titre qu'un « vendeur muet » (un paquet est vu 7000 fois par an par le fumeur, et son entourage).

Au travers de logos, couleurs, formes et visuels attractifs, l'industrie du tabac véhicule des images et des univers positifs (liberté, féminité, luxe, modernité, évasion, etc.) qui incitent à fumer, en particulier les jeunes et les femmes, très sensibles au design des produits.



Ces paquets ont une telle popularité qu'ils sont **commentés et relayés via les blogs ou les réseaux sociaux**.

Les packagings actuels sont également conçus par les cigarettiers pour **réduire l'efficacité des avertissements sanitaires et induire en erreur les consommateurs**. Ainsi, en se fondant sur les couleurs et les éléments du paquet, les consommateurs estiment que certaines marques sont moins nocives que d'autres.

Une industrie consciente du pouvoir promotionnel de l'emballage :

« Certaines femmes admettent qu'elles achètent Virginia Slims, Benson and Hedges..., lorsqu'elles sortent le soir pour répondre au désir de paraître plus féminine (...) un emballage féminin plus tendance peut accentuer la pertinence de nos marques. »

Philip Morris, 1992



Face aux paquets actuels, les Français qualifient les PNS de :

- « ternes » (77 % des personnes interrogées)
- « banals » (70 %)
- « moches » (63 %)

66 % jugent qu'ils ne donnent pas envie d'être achetés

60 % jugent qu'ils sont peu attrayants

[Etude CNCT/LH2 menée en 2008, auprès d'un échantillon représentatif de la population]

Gallopel-Morvan K., Béguinot E., Eker F., Martinet Y., Hammond D., Perception de l'efficacité des paquets de cigarettes standardisés. Une étude dans un contexte français, Bulletin Epidémiologique Hebdomadaire (2011), 20-21, 244-247

L'efficacité des PNS est également vérifiée pour les autres produits du tabac (tabac à rouler, cigarillos, chicha) car ces paquets :

- sont perçus de manière négative,
- apparaissent comme des produits qui n'attirent pas l'attention,
- renforcent le message de toxicité du produit,
- sont jugés comme plus efficaces pour dissuader les jeunes de commencer à fumer.



[Etude qualitative CNCT auprès d'un échantillon de 40 fumeurs et non fumeurs (2010)]



L'instauration des paquets neutres standardisés est juridiquement faisable

Les fabricants de tabac menacent les Etats de poursuites judiciaires et ont engagé des attaques contre le gouvernement australien instaurant des paquets neutres standardisés (PNS) en janvier 2012, considérant que c'est une atteinte au droit des marques et à la propriété intellectuelle.

Or **l'instauration des PNS en France, dans l'Union Européenne (UE) et dans les autres pays, est juridiquement possible** car la mesure :

- **Respecte le droit des marques et de la Propriété Intellectuelle** qui concerne :
 - la préservation de l'existence des marques,
 - la conservation de l'élément distinctif : le nom,
 - la protection contre l'usage non-autorisé d'un tiers.
- **Respecte** le principe de **libre circulation des marchandises** au sein de l'UE ;
- **Renforce** considérablement **l'efficacité des directives communautaires actuelles** en matière de contrôle du tabac pour ce qui est de l'information uniforme des citoyens de l'Union Européenne et d'un meilleur encadrement de la promotion ;
- **S'inscrit** dans la mise en œuvre des **articles 11 et 13 de la CCLAT de l'OMS**.

Le PNS ne supprime pas le nom de la marque mais en régleme l'apposition. Cette réglementation du droit d'exercice des marques est limitée à ce qui est strictement nécessaire. Cette limitation est justifiée par des préoccupations de santé publique et par les pratiques de contournement constantes et violations réitérées des fabricants à l'égard des dispositions législatives et réglementaires.

Une mesure soutenue par les Français :

68 % des 18 ans et plus sont favorables à l'introduction des PNS en France.

[Etude CNCT/LH2 en 2008, auprès d'un échantillon représentatif de la population]



Mythes et réalités autour des paquets neutres standardisés

➤ Selon les cigarettiers, les PNS vont conduire à une guerre des prix ayant pour conséquence d'accroître la consommation des jeunes.

FAUX ! Par une augmentation de la fiscalité, les autorités publiques peuvent combler ces éventuelles baisses de prix.

➤ Selon l'industrie du tabac, les packagings ne ciblent pas les jeunes mais les adultes et participent à une information en direction du consommateur. Les packagings publicitaires n'auraient d'incidence que sur la répartition des parts de marché entre fabricants.

FAUX ! On sait que plus un message publicitaire est répété, plus il incite à la consommation. Au contraire, les PNS cassent le marketing développé autour des marques de tabac. Par ailleurs, ils permettent de mettre davantage en exergue les messages sanitaires dont l'efficacité pour dissuader de commencer à fumer a été démontrée.

➤ Les PNS vont conduire à des pertes d'emplois en France.

FAUX ! Le problème est marginal car la quasi totalité des produits du tabac est fabriquée à l'étranger. Les imprimeurs seront toujours en charge des avertissements sanitaires graphiques. De plus, la collectivité finance la diversification des bujalistes qui ont reçu comme soutien de l'Etat pour leurs activités 1,246 milliard d'euros depuis 2004, et ont connu une évolution sans précédent de leurs revenus.

➤ Les PNS vont accroître la contrebande et la contrefaçon de produits comportant des ingrédients illégaux

FAUX ! « Aujourd'hui, la contrefaçon concerne les produits du tabac dont l'emballage est déjà copié. Des paquets neutres standardisés avec des visuels graphiques ne seront pas plus faciles à copier que les paquets actuels. »

Maître Caron,
Agréé des Facultés de droit, Professeur à la Faculté de droit de Paris XII, Avocat à la Cour, spécialiste de la Propriété Intellectuelle

« Les paquets neutres standardisés sont tout à fait compatibles avec des mesures de lutte contre la contrefaçon comme l'utilisation d'hologrammes, de codebarres, d'encre invisible, permettant le suivi et la traçabilité des produits. »

Luk Jossens,
expert européen du commerce illicite des produits du tabac



Conclusion et recommandations

Les études réalisées sur les paquets neutres standardisés (PNS) de produits du tabac par le CNCT en France renforcent les conclusions scientifiques établies au niveau international.

8 raisons d'instaurer le paquet neutre standardisé :

1. Il supprime le packaging en tant que support publicitaire (Hastings et al., 2008).
2. Il rend le paquet moins attrayant, notamment auprès des jeunes (Goldberg et al., 1995)
3. Il améliore la visibilité et l'efficacité des avertissements sanitaires (Beede and Lawson, 1992)
4. Il améliore l'information sur la toxicité des ingrédients (Pollay, 1994)
5. Il contribue à empêcher une présentation trompeuse des produits du tabac suggérant que certains seraient moins dangereux (Germain et al., 2010)
6. Il dissuade les adolescents d'entrer dans le tabagisme (Jamieson, 1993)
7. Il incite davantage les fumeurs actuels à réduire et à arrêter de fumer (Hoek et al., 2011)
8. Il contribue à « dénormaliser » le tabac et sa consommation (Madill-Marshall et al., 1996)

Par ailleurs, les PNS sont juridiquement faisables au regard du droit des marques, du droit communautaire et français.

Par une telle mesure, **la France se conformera à ses engagements internationaux.**

Le PNS, accompagné des avertissements sanitaires graphiques, s'inscrit dans le cadre d'une **politique dynamique de réduction de la consommation de tabac, de changement de l'image du tabac** dans notre société et de protection des Français à l'égard des méfaits de cette drogue.



Le CNCT demande l'**instauration des paquets neutres standardisés** en France et au sein de l'Union Européenne avec un **accompagnement de cette mesure pour en renforcer l'efficacité.**

A propos du CNCT

Le Comité National Contre le Tabagisme est la première association qui s'engage et agit pour la prévention et la protection des personnes face aux méfaits du tabac et aux pratiques de son industrie. En France, le tabagisme reste la première cause de mortalité prématurée et évitable. Pour lutter contre ce fléau, le CNCT mène à la fois des actions de prévention afin de sensibiliser sur ces dangers et des actions de plaidoyer pour faire adopter des mesures de protection efficaces.