



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

tabacs manufacturés

Question écrite n° 4075

Texte de la question

M. Bernard Accoyer attire l'attention de M. le ministre de la santé, de la famille et des personnes handicapées sur la présentation de certains paquets de cigarettes fabriqués en France. Certains paquets de cigarettes arborent, au-dessus des avertissements habituels concernant la dangerosité du tabac, des slogans inhabituels, « chercheur de décibels », « rap cession », « liberté toujours ». Il paraît étonnant que la SEITA accepte de faire mention de ces slogans quasi subliminaux ou pour le moins équivoques, à l'heure où la législation encadrant la tenue des raves-party est soumise à certaines contestations. Par ailleurs, il est reconnu que le niveau sonore généralement enregistré lors de ces manifestations est d'un niveau pouvant altérer durablement la capacité auditive des participants. Il lui demande son sentiment sur de tels slogans diffusés par l'intermédiaire des paquets de cigarettes.

Texte de la réponse

Selon l'Observatoire français des drogues et toxicomanies (OFDT), on observe depuis le début des années 1990 une hausse de la consommation de tabac chez les 14-18 ans, et ce, à tous les âges de l'adolescence, et pour les garçons comme pour les filles. En 1999, à 18 ans, l'usage quotidien de tabac concerne 40,7 % des filles et 38,6 % des garçons. Durant cette même période, les fabricants de tabac ont développé une politique marketing visant à rendre les paquets de cigarettes visuellement plus attractifs pour les jeunes. A cette fin, ils utilisent certains codes graphiques et la référence à l'univers de la jeunesse à travers des valeurs telles que la fête, la liberté, la musique, en particulier électronique. Au regard de ces évolutions préoccupantes, le gouvernement entend intensifier ses efforts pour que la consommation de tabac ne soit pas associée à des représentations sociales positives, et informer les jeunes des dangers de la cigarette et de la manipulation dont ils sont l'objet. D'une part, la transposition en droit français de la directive 2001/37/CE du 5 juin 2001 sur l'étiquetage des produits du tabac va considérablement améliorer l'information des fumeurs. Elle prévoit en particulier des avertissements sanitaires couvrant au moins 30 à 40 % de la surface des paquets de cigarettes, la mention du contenu en nicotine et monoxyde de carbone ainsi que des messages rotatifs signalant notamment la présence d'une ligne téléphonique d'aide à l'arrêt du tabac. D'autre part, la dévalorisation de l'image de la cigarette et la lutte contre le marketing des fabricants constituent des axes importants de la prochaine stratégie de communication de l'INPES. Par ailleurs, en 2002, le ministre de la santé, de la famille et des personnes handicapées a sensiblement augmenté ses crédits pour les associations engagées dans une mission de vigilance judiciaire, les conduisant à faire condamner les pratiques publicitaires et promotionnelles en faveur du tabac.

Données clés

Auteur : [M. Bernard Accoyer](#)

Circonscription : Haute-Savoie (1^{re} circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 4075

Rubrique : Agroalimentaire

Ministère interrogé : santé

Ministère attributaire : santé

Date(s) clé(e)s

Question publiée le : 7 octobre 2002, page 3435

Réponse publiée le : 6 janvier 2003, page 112