

## Point sur les données relatives à l'impact potentiel de paquets de cigarettes neutres sur le tabagisme

**Le paquet neutre, également appelé « paquet standardisé » ou « paquet générique »** est un paquet de produit du tabac qui se distingue des paquets actuels par l'absence de logos, de couleurs et de tout élément rappelant la marque. Ainsi, tous les paquets seraient identiques au niveau de la taille, la forme, la couleur, du modèle et de la taille des caractères. Les distinctions entre les différentes marques ne pourraient s'effectuer qu'à travers leur nom inscrit sur le paquet.



Dans un environnement législatif contraignant (interdiction de publicité, de promotion, etc.) où le paquet de cigarettes reste l'un des derniers espaces de communication des fabricants, le « packaging<sup>1</sup> » du paquet de cigarette est un support de vente et de publicité essentiel pour positionner le produit selon différentes gammes, et notamment attirer les jeunes et les femmes. Les études internationales<sup>2</sup> réalisées sur le paquet neutre montrent qu'un tel emballage supprime le paquet de cigarettes comme support de communication, réduit l'image positive des marques, amplifie l'efficacité des avertissements sanitaires et possède une force de dissuasion qui limitera probablement les achats des jeunes. L'idée de « packaging standardisé » s'inscrit dans la même logique d'efficacité que celle des messages de santé<sup>3</sup>. L'effet d'un avertissement visuel apposé sur de tels emballages a encore plus d'impact que sur les paquets actuels.<sup>4</sup>

En 2010, seule l'Australie a pour l'instant acté d'adopter les paquets neutres. Cette mesure doit y entrer en vigueur en 2012. D'après un rapport du gouvernement australien publié en 2009<sup>5</sup> à partir

<sup>1</sup> Le mot packaging désigne un tout, concernant aussi bien la réponse apportée au problème du consommateur (le conditionnement : unité de présentation du produit dans le point de vente) que du distributeur (l'emballage : soit le matériau, soit le contenant).

<sup>2</sup> Freeman B, Chapman S, Rimmer M. The case for the plain packaging of tobacco products. *Addiction*. 2008;103:580-90

<sup>3</sup> Cunningham R. Avertissements sur les emballages : d'importants progrès réalisés au niveau international, société canadienne contre le cancer, 2004

<sup>4</sup> Calvert G, Ouillier O et Sauneron S. Nouvelles approches de la prévention en santé publique, Rapports et documents, Centre d'analyse stratégique, mars 2010

<sup>5</sup> Shanahan, P. and Elliott, D., 2009, *Evaluation of the Effectiveness of the Graphic Health Warnings on Tobacco Product Packaging 2008*, Australian Government Department of Health and Ageing, Canberra. [http://www.health.gov.au/internet/main/publishing.nsf/Content/F22B9115FD392DA5CA257588007DA955/\\$File/hw-eval-full-report.pdf](http://www.health.gov.au/internet/main/publishing.nsf/Content/F22B9115FD392DA5CA257588007DA955/$File/hw-eval-full-report.pdf)

d'une étude quantitative (1304 personnes) et d'une étude qualitative (24 entretiens de groupe), 57% des personnes interrogées ont répondu que les cigarettes devraient être vendues dans des paquets de cigarettes génériques.

En Grande-Bretagne, une étude comparant l'impact des designs des paquets de cigarettes et les perceptions des risques associés sur une population d'adultes et de jeunes a été publiée en 2009<sup>6</sup>. Ses résultats montrent que, par rapport aux paquets actuels, les paquets neutres réduisent les fausses croyances liées au paquet (cigarettes légères moins dangereuses pour la santé). Les paquets neutres y sont jugés aussi moins attractifs et plus efficaces pour ne pas inciter les jeunes de commencer à fumer.

La mise en place d'emballages « standardisés » nécessite en préalable une analyse juridique approfondie tant au niveau national, qu'europpéen et international. En effet, une telle réglementation pourrait être considérée comme une atteinte au droit de propriété intellectuelle du fabricant sur sa marque, mais aussi trouver son fondement dans le principe de protection de la santé publique.

### **Principaux résultats des études réalisées en France sur la problématique des paquets génériques :**

Dans le cadre d'appels à projets, l'INCa a financé trois études qui ont étudié l'impact des paquets génériques sur les français. Deux de ces études sont terminées, une est encore en cours de réalisation.

D'un point de vue méthodologique, les deux études finalisées ont d'abord fait l'objet d'une approche qualitative permettant d'explorer en profondeur les réactions des individus puis d'une approche quantitative afin de tester les réactions face à ce type d'emballage neutre sur un public français représentatif.

Une étude de l'Institut de Gestion de l'université de Rennes 1, pilotée par Karine Gallopel-Morvan, a eu pour objectif de repérer les avertissements sanitaires visuels et les paquets génériques les plus efficaces auprès des Français. Cette étude consistait notamment à mesurer :

- l'impact du type de paquet de cigarettes (générique versus standard versus collector) sur les réactions des individus (perceptions, émotions ressenties, intentions comportementales),
- l'impact de la couleur choisie pour le paquet de cigarettes générique (4 couleurs différentes) sur les réactions des individus.

Les résultats de la partie qualitative de l'étude – par entretien collectif dans des tables rondes<sup>7</sup> - soulignent que les paquets de cigarettes génériques sont pertinents pour accélérer la dénormalisation des produits du tabac en France. En effet, un paquet de cigarette générique donne moins envie d'être acheté et d'être montré à son entourage. D'après les résultats des différentes tables rondes, la couleur du paquet neutre influence la perception des individus. Le paquet gris semble plus efficace que le paquet marron pour détériorer l'image du paquet de cigarettes et générer des associations négatives dans l'esprit des consommateurs (cendre, mort, triste...). Les résultats montrent également que l'introduction des paquets génériques semble pertinente pour empêcher les jeunes de commencer à fumer, mais qu'elle serait inefficace pour inciter les fumeurs à arrêter de fumer.

L'étude quantitative a permis de tester l'impact des paquets de cigarettes génériques sur un échantillon de 905 personnes âgées de 15 à 44 ans représentatif de la population française.

Les résultats soulignent l'influence significative des paquets de cigarettes génériques associés aux avertissements sanitaires visuels car l'effet de ces deux facteurs se cumulent et se renforcent sur plusieurs dimensions :

- réduction de l'attrait de la marque,
- réduction de l'envie de s'initier au tabagisme pour les adolescents,
- augmentation des émotions négatives à la vue du paquet,
- augmentation de l'envie d'arrêter de fumer et de diminuer sa consommation de tabac,
- pour les fumeurs, réduction de l'envie de prendre une cigarette,
- pour les non-fumeurs, renforcement de leur conviction de ne pas commencer à fumer.

---

<sup>6</sup> Hammond D., Dockrell M., Arnott D., Lee A., McNeill A., Cigarette pack design and perceptions of risk among UK adults and youth. The European Journal of Public Health; 5 Octobre 2009.

<sup>7</sup> Etude qualitative avec 6 tables rondes réalisées sur 66 répondants fumeurs et non fumeurs,

Une étude du Comité National Contre le Tabagisme<sup>8</sup> (CNCT) a évalué l'impact de la transformation des packagings des produits du tabac et de leurs messages sanitaires.

La partie qualitative réalisée par de entretiens collectifs<sup>9</sup> a mis en exergue que :

- le packaging constitue un support marketing évident. A l'inverse, le paquet neutre suscite des réactions plus négatives,
- le paquet neutre, apparaît être un support efficace de santé publique dans la mesure où il est :
  - o une opportunité pour inciter à l'arrêt,
  - o un impact plus communément partagé pour réduire la consommation,
  - o une mesure qui dissuaderait essentiellement les jeunes de commencer à fumer,
  - o un facteur qui consoliderait la décision d'arrêt, notamment chez les jeunes,
- au regard des entretiens, il est constaté globalement un soutien à l'instauration du paquet neutre par les autorités de santé. Les raisons les plus citées concernent principalement la prévention du tabagisme des jeunes et l'aide à la diminution de la consommation chez les fumeurs.

Néanmoins, les avis sont partagés et ne semblent pas conclure sur le rôle des paquets neutres pour :

- o faire réfléchir aux problèmes liés au tabagisme,
- o faire parler des méfaits du tabagisme,
- o faire réagir les proches des fumeurs.

Cette étude qualitative a été complétée par une étude quantitative<sup>10</sup> qui a souligné que face à un paquet traditionnel, à un paquet « fun » et à un paquet neutre, une grande partie des français de 18 ans et plus estime que ce dernier paquet serait le plus efficace pour empêcher, diminuer, voire arrêter la consommation de cigarettes.

Les paquets neutres sont qualifiés de ternes par 77% des personnes interrogées, de « banals » par 70% d'entre elles et de « moches » par 63% d'entre elles. 66% des personnes jugent par ailleurs qu'ils ne donnent pas envie d'être achetés et 60% qu'ils sont peu attrayant.

Au total , 68% des français de 18 ans et plus se déclarent favorables à l'introduction des paquets neutres en France, et 87% quand le but de cette mesure est exposé, à savoir contribuer à éviter que les enfants commencent à fumer.

Un autre projet du CNCT, débuté fin 2009, vise à développer les évidences scientifiques sur le sujet des paquets neutres. Il est organisé autour de plusieurs axes :

- une étude sémiologique des paquets actuels et des paquets neutres,
- une étude de l'impact potentiel des paquets neutres appliqués aux produits du tabac autres que les cigarettes,
- une étude de l'impact des paquets neutres associés à de nouveaux avertissements sous forme d'images,
- une étude de la perception même des produits, notamment des cigarettes,
- des consultations juridiques sur les conditions d'instauration de tels paquets,
- une étude descriptive des objections à l'instauration de tels paquets.

Les résultats de ces études sont attendus pour le début de l'année 2011.

---

<sup>8</sup> Comité National Contre le Tabagisme (2009), Comment mettre en œuvre les dispositions de la Convention Cadre de l'OMS pour parvenir à une dénormalisation des produits du tabac. Evaluation de l'opportunité d'instaurer des messages non sanitaires et des vignettes d'information.

<sup>9</sup> La méthodologie retenue a été une étude qualitative fondée sur des entretiens de groupe. Ainsi 34 individus âgés de 15 à 45 ans (17 fumeurs, 17 non-fumeurs, 14 femmes et 20 hommes) ont participé à 6 tables rondes afin de comprendre les perceptions générées par les paquets de cigarettes neutres.

<sup>10</sup> Réalisée par l'institut LH2 entre le 17 et 29 novembre 2008 sur 836 individus de plus de 18 ans selon la méthode des quotas.