Datum: 08.12.2014

Gesamt

Migros-Magazine
8031 Zurich
058/ 577 12 12
www.migros-magazine.ch

Medienart: Print
Medientyp: Publikumszeitschriften
Auflage: 505'288
Erscheinungsweise: wöchentlich

Themen-Nr.: 999.077
Abo-Nr.: 1094524
Seite: 10
Fläche: 84'922 mm²

Industrie du tabac: jamais sans mon logo?

En 2012, l'Australie introduisait la vente des paquets de cigarettes neutres, n'affichant que discrètement la marque du producteur et faisant la part belle aux messages de prévention. Une idée que la politicienne Rebecca Ruiz verrait bien être adoptée en Suisse.

Bye-bye logos tape-à-l'œil et attrayants! Bonjour emballages neutres et rébarbatifs, arborant uniquement des messages de prévention... Le paquet de cigarettes standardisé fera-t-il un jour son apparition sur les étals des buralistes suisses? C'est en tous les cas le souhait de la conseillère nationale Rebecca Ruiz (PS/VD): elle vient de déposer à l'adresse du Conseil fédéral une question à ce sujet, dans le cadre du projet de loi sur le tabac qui entrera en vigueur en 2018.

Ses arguments? Une telle mesure rendrait l'idée de fumer moins attrayante auprès de ceux qui envisageraient de commencer. Rappelons qu'en Suisse le taux de fumeurs s'élevait à 28,2% en 2012, avec un pic de 36,1% pour les 15-24 ans*. Une population que la nouvelle stratégie de l'Office fédéral de la santé publique vise d'ailleurs en premier lieu, avec notamment l'interdiction de la vente de tabac aux mineurs et la limitation de la publicité spécialement adressée aux moins de 18 ans.

Inutile de dire qu'après avoir perdu le marché du marketing au cinéma et dans les magazines, les industriels du tabac voient d'un mauvais œil l'éventuelle introduction de ces paquets neutres. En France – pays qui, de même que l'Irlande, envisage l'adoption d'une telle solution –, les cigarettiers se sont déclarés prêts à réclamer 20 milliards d'euros de dommages et intérêts, en vertu de leur liberté de commerce et de leurs droits de propriété intellectuelle.

Reste à évaluer l'efficacité de ce nouveau packaging. En Australie, seule nation au monde à l'avoir adopté en 2012, le nombre de fumeurs est descendu de 15,1% en 2010 à 12,8% en 2013. Mais l'introduction de l'emballage neutre s'accompagnait d'une hausse de 25% sur les taxes liées au tabac, de restrictions de la publicité sur internet et de nouvelles campagnes de prévention. De quoi fausser dans une certaine mesure les résultats...

Texte: Tania Araman

Datum: 08.12.2014

Gesamt

Migros-Magazine
8031 Zurich
058/ 577 12 12
www.migros-magazine.ch

Medienart: Print
Medientyp: Publikumszeitschriften
Auflage: 505'288
Erscheinungsweise: wöchentlich

Themen-Nr.: 999.077
Abo-Nr.: 1094524
Seite: 10
Fläche: 84'922 mm²

Imposer un emballage neutre sur les paquets de cigarettes suffirait-il à en diminuer la consommation?

Datum: 08.12.2014

Gesamt

Migros-Magazine
8031 Zurich
058/ 577 12 12
www.migros-magazine.ch

Medienart: Print
Medientyp: Publikumszeitschriften
Auflage: 505'288
Erscheinungsweise: wöchentlich

Themen-Nr.: 999.077
Abo-Nr.: 1094524
Seite: 10
Fläche: 84'922 mm²

Quel est votre avis?

«Difficile à dire si une telle mesure aurait une quelconque influence. Je pense que la cigarette devrait tout simplement être bannie, c'est un véritable poison.»
Roger Chanez

«Cette mesure ne serait pas efficace. En tout cas, pour ma part, cela ne m'inciterait pas à arrêter de fumer. Les images des méfaits du tabac, ça fait longtemps qu'ils nous en montrent.»
Jo Fasel

«Je trouve que c'est une bonne idée. Avec l'introduction du paquet neutre, c'est tout le côté glamour sur lequel joue le marketing qui disparaît. Seul le produit demeure.»
Diane Schaefer

«Ça ne changerait rien du tout. Les jeunes ne commencent pas à fumer parce qu'ils trouvent le paquet joli. Il faudrait davantage miser sur la prévention.»
Michel Pasche

Datum: 08.12.2014

Gesamt

Migros-Magazine
8031 Zurich
058/ 577 12 12
www.migros-magazine.ch

Medienart: Print
Medientyp: Publikumszeitschriften
Auflage: 505'288
Erscheinungsweise: wöchentlich

Themen-Nr.: 999.077
Abo-Nr.: 1094524
Seite: 10
Fläche: 84'922 mm²

«Il est difficile de déterminer l'efficacité précise d'une telle mesure»

Grégoire Monney, psychologue à l'Université de Genève et collaborateur scientifique du site de prévention Stop-tabac.

Les paquets de tabac sans logo apparent, une bonne idée à votre avis?
Même si je ne suis pas partisan d'une politique trop restrictive, je pense que globalement, toute mesure qui attaque la banalisation de la consommation du tabac est intéressante. L'idée étant de montrer que les cigarettes ne sont pas un produit comme les autres et d'insister sur leur caractère nocif et addictif.

Une telle mesure aurait-elle vraiment une influence sur les fumeurs?
Il est difficile d'en déterminer l'efficacité précise. Je ne pense pas qu'elle soit destinée en premier lieu à inciter ceux qui fument déjà à s'arrêter. Mais elle pourrait bien avoir un effet dissuasif pour ceux qui songeraient à commencer. D'ailleurs, le fait que les grandes industries du tabac luttent activement contre cette proposition montre que le marketing est bien le terrain sur lequel nous devons les combattre. Elles redoutent que nous leur enlevions cet outil qui leur permet de rendre sexy un produit dangereux.

Ne devrait-on pas tout bonnement interdire la consommation du tabac?
Non. L'histoire nous a montré que les politiques de prohibition sont rarement efficaces. Notre but est plutôt de faire évoluer l'image de la cigarette dans la société et de réduire le nombre de nouveaux fumeurs. Or, il n'y a pas de recette miracle. Ce sont des mesures annexes, telles que l'adoption d'un packaging neutre, qui font que notre combat avance. Une autre solution, déjà adoptée dans certains pays, serait d'éviter la mise en avant des cigarettes dans les points de vente, de les ranger par exemple dans un tiroir au lieu de les exposer sur un étal à la vue de tous. D'ailleurs, si les marques et les logos ne sont plus apparents, il n'y aurait plus de raison de donner une telle place aux paquets.

D'autant qu'ils seraient bardés de messages de prévention: pas vraiment un argument de vente!
Tout à fait: cela contribuerait encore davantage à en faire un produit à part, différent de n'importe quelle friandise. Et les études ont montré que de telles mises en garde sont efficaces. En revanche, elles perdent de leur impact avec le temps: il est donc indispensable de régulièrement les repenser, les renouveler.

Datum: 08.12.2014

Gesamt

Migros-Magazine
8031 Zurich
058/ 577 12 12
www.migros-magazine.ch

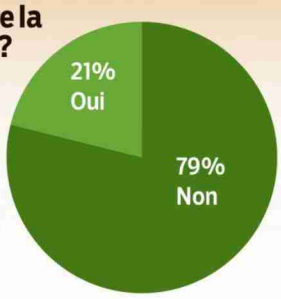
Medienart: Print
Medientyp: Publikumszeitschriften
Auflage: 505'288
Erscheinungsweise: wöchentlich

Themen-Nr.: 999.077
Abo-Nr.: 1094524
Seite: 10
Fläche: 84'922 mm²

SONDAGE

Un paquet de cigarettes sans logo peut-il aider à réduire la consommation de tabac?

Résultat du sondage en ligne du 1er au 4 décembre. Le sondage reste ouvert dans l'article.



Votre avis compte!
Chaque semaine, participez à notre sondage sur un sujet d'actualité sur la page d'accueil de migrosmagazine.ch