

Peut-on faire de la publicité pour le tabac en France ?

Depuis 1991, la loi Evin interdit toute forme de publicité et de promotion directe et indirecte en faveur du tabac. Toutefois, les industriels du tabac contournent cette interdiction en élaborant des stratégies marketing plus discrètes mais non moins efficaces. Ils continuent d'alimenter les représentations positives de la cigarette en y associant les valeurs de « liberté », de « séduction » ou encore de « transgression ».

Pourquoi l'industrie du tabac fait-elle de la prévention ?

L'industrie du tabac mène des campagnes de prévention du tabagisme en direction des jeunes dans certains pays : programme « Think. Don't smoke » (« Réfléchissez, ne fumez pas ») orchestré par Altria ex-Philippe Morris, campagne « Be cool, be yourself » (« Sois cool, sois toi-même ») lancée par British American Tobacco et Japan Tobacco International. Des études ont démontré que ce type de messages n'avait aucun impact ou pouvait même être contreproductif, en renforçant l'attrait du tabac pour les jeunes. D'autre part, des documents internes de certains cigarettiers montrent que les véritables objectifs de ces campagnes sont moins louables : il s'agit en fait d'un exercice de relations publiques visant à améliorer l'image d'une industrie qui a beaucoup à se faire pardonner.

Pour en savoir plus :

Le site Internet destiné aux jeunes :
www.toxic-corp.fr

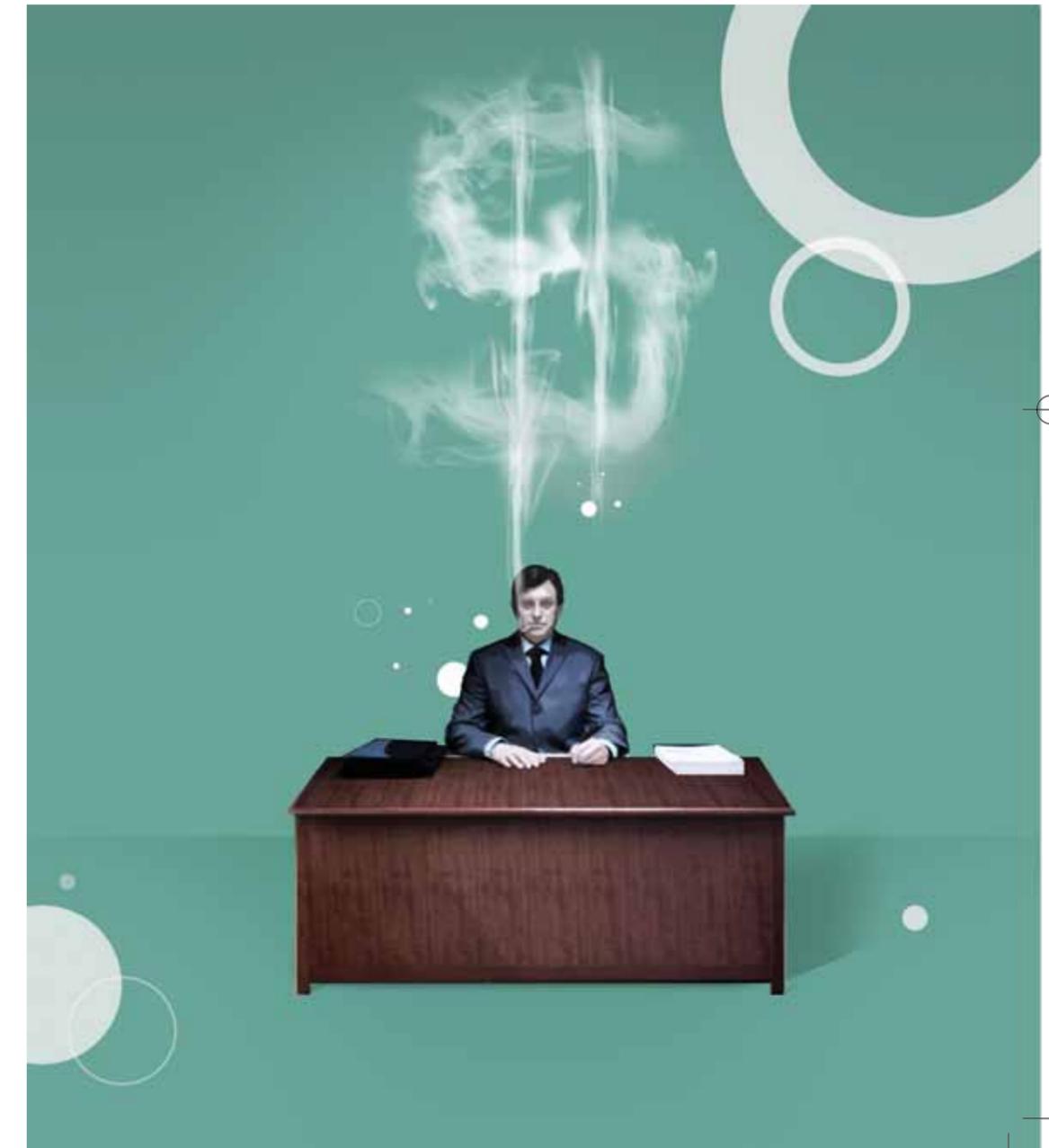
Tabac Info Service vous aide à arrêter de fumer.

www.tabac-info-service.fr
Tabac Info Service
Tél. 0 825 309 310
→ 8h-20h, du lundi au samedi 0,13 €/min

Réalisé en collaboration avec l'Office Français de prévention du Tabagisme (OFT)



L'industrie du tabac



Quels sont les principaux fabricants de tabac ?

L'industrie du tabac regroupe des compagnies internationales qui sont parmi les plus puissantes du monde. Six principaux fabricants de tabac se partagent 99 % du marché des cigarettes :

- Philip Morris, renommé Altria (Marlboro, Philip Morris, Chesterfield, L & M) ;
- Altadis (Gauloises, News, Royale, Gitanes, Fortuna). Altadis est un groupe franco-espagnol issu de la fusion de la Seita avec Tabacalera ;
- British American Tobacco (Winfield, Peter Stuyvesant, Lucky Strike) ;
- Japan Tobacco International (Camel, Winston) ;
- Imperial Tobacco (JPS, Route 66) ;
- Gallaher (Benson & Hedges).

Comment la distribution des cigarettes est-elle organisée ?

Altadis détient un quasi-monopole de la distribution des produits du tabac ainsi que la quasi-totalité de la distribution des cigarettes en France. La vente au détail est confiée à l'administration des Douanes et Droits indirects, qui dépend du ministère des Finances. Elle est chargée de l'implantation et de la gestion d'un réseau de 30 000 buralistes.

« La nicotine est toxicomanogène. Ce que nous faisons donc, c'est vendre de la nicotine, une drogue toxicomanogène. » (Addison Yeaman, de la société Brown et Williamson, 17 juillet 1963)

Quel est le chiffre d'affaires de l'industrie du tabac ?

En 2006, 55,8 milliards de cigarettes ont été vendues en France (contre 80,5 milliards en 2002), ce qui représente un chiffre d'affaires de 13,3 milliards d'euros (contre 13,5 milliards en 2002).

Quels sont les liens entre l'industrie du tabac et l'État français ?

L'État français a longtemps siégé au conseil d'administration de la Seita, qui détenait le monopole national de fabrication et de distribution des produits du tabac. La Seita a été privatisée en 1995 et l'État a cédé sa participation au capital de la société en octobre 2000.

Que reproche-t-on à l'industrie du tabac ?

Des procès lancés aux États-Unis contre des fabricants de tabac dans les années 1990 ont permis de découvrir des millions de documents internes et confidentiels révélant les comportements délinquants de l'industrie du tabac. Ces documents ont dévoilé les stratégies des industriels du tabac pour contrer les politiques de santé publique. Ils ont en effet délibérément caché qu'ils savaient depuis les années 1960 que la cigarette était nocive, que la nicotine engendrait une dépendance physique importante et qu'ils jouaient sur la teneur en nicotine des cigarettes pour en augmenter les effets.

L'industrie du tabac organise-t-elle la contrebande de cigarettes ?

Il est désormais clairement établi que les industriels du tabac ont facilité plus ou moins directement la contrebande de cigarettes dans de nombreux pays. Cette contrebande va à l'encontre des efforts de santé publique et prive les États de revenus fiscaux. Des actions en justice contre la plupart des cigarettiers ont été lancées, notamment par l'Union européenne.

Est-il vrai que l'industrie a « acheté » des acteurs, des chercheurs, des hommes politiques ?

D'après les documents internes de l'industrie, on sait que certains cigarettiers ont payé des acteurs pour fumer dans les films où ils jouaient. Par exemple, Sylvester Stallone a accepté d'être payé par Brown et Williamson pour fumer dans des films comme Rambo et Rocky IV. Dans une lettre du 28 avril 1983 signée de sa main, on peut lire : « Comme convenu, je garantis que j'utiliserai les produits du tabac de Brown et Williamson dans au moins 5 de mes films. J'ai bien compris que Brown et Williamson me versera un droit de 500 000 dollars. »

On sait également que certains cigarettiers ont mis en œuvre des stratégies pour saper l'action de l'Organisation mondiale de la santé : paiement d'experts, organisation de campagnes de communication pour semer le doute dans la communauté scientifique, modification de résultats d'études, etc.

Enfin, dans certains pays (Allemagne, États-Unis, etc.), des partis politiques sont financés par l'industrie du tabac, pratique qui influe directement ou indirectement sur les stratégies nationales et internationales de prévention du tabagisme.