

ETIQUETTES DE MISE EN GARDE

Les preuves

Les mises en garde sous forme d'illustrations offrent une occasion majeure de communiquer autour des risques inhérents à la consommation de tabac.

L'industrie du tabac se sert du paquet de tabac comme d'une opportunité commerciale. La sensibilisation du public aux risques réels de la consommation de tabac est faible, même dans les pays ayant instauré des campagnes antitabac à grande échelle.²

- La plupart des fumeurs sont incapables de se rappeler les effets spécifiques associés au tabagisme sur la santé.³
- Même les fumeurs qui comprennent les dangers du tabagisme sous-estiment la gravité de son impact sur la santé.³
- La majorité des fumeurs estiment que les autres fumeurs sont exposés à un risque plus élevé qu'eux du fait de leur consommation de tabac.⁴
- Les fumeurs tendent à être moins conscients encore des risques du tabagisme passif pour les autres.⁵
- La compréhension des risques et de la sévérité du tabagisme est un facteur déterminant pour motiver les fumeurs à arrêter le tabac.

Les responsables en matière de santé publique voient dans les emballages des produits du tabac une opportunité éducative. Les personnes qui fument un paquet de cigarettes par jour sont exposées aux images imprimées sur les paquets au minimum 20 fois par jour (et 7 000 fois par an) lorsqu'elles achètent et consomment des cigarettes. Cela correspond à 20 occasions par jour de diffuser des messages antitabac à des moments stratégiques : celui de l'achat et celui de la consommation.⁶ L'utilisation d'illustrations graphiques améliore l'impact du message de santé public.

Les mises en garde sous forme d'illustrations graphiques permettent de faire connaître davantage les dangers du tabac pour la santé.

Alors que les pays sont de plus en plus nombreux à adopter l'utilisation d'étiquettes plus frappantes et à évaluer leur efficacité, les preuves de l'impact des étiquettes les plus grandes utilisant des illustrations et des messages en gras sur la sensibilisation aux risques du tabagisme ne cessent de croître. Les étiquettes de mise en garde efficaces permettent de faire connaître davantage les risques associés au tabagisme et peuvent convaincre les fumeurs d'arrêter le tabac.^{4,7} Les fumeurs indiquent que l'emballage des produits du tabac leur apporte plus d'informations sur les risques inhérents au tabagisme que tout autre source, à l'exception de la télévision.^{7,8}

Une étude majeure comparant les données relatives aux étiquettes de mise en garde de quatre pays dans lesquels les politiques relatives à l'étiquetage des produits du tabac sont très différentes (Australie, Canada, Royaume-Uni et États-Unis) a mis en évidence les résultats suivants^{3,7} :

- Les avertissements les plus grands et les plus exhaustifs étaient davantage susceptibles d'être remarqués et considérés comme efficaces par les fumeurs.
- Les étiquettes de mise en garde sous forme d'illustrations graphiques ont renforcé la sensibilisation à l'association entre le tabagisme et certains dangers spécifiques pour la santé (par exemple, le cancer du poumon, les maladies cardiaques, les accidents vasculaires cérébraux, l'impuissance).
- La connaissance des risques du tabagisme pour la santé était supérieure dans les pays où les dangers spécifiques du tabac étaient mentionnés sur les étiquettes de mise en garde.
- 84 % des fumeurs vivant au Canada, où les mises en garde sous forme d'illustrations graphiques sont obligatoires, voyaient les étiquettes de mise en garde sanitaire comme une source d'informations relatives à la santé, alors que ce n'était le cas que pour 47 % des fumeurs vivant aux États-Unis, où seules des étiquettes sous forme de texte uniquement sont requises.

“...si vous fumez, un paquet de cigarettes est l'une des rares choses que vous utilisez régulièrement qui projette une image de ce que vous êtes. Un paquet de cigarettes est la seule chose que vous sortez de votre poche 20 fois par jour et que vous laissez à la vue de tous.”¹

Exposé marketing, Brown & Williamson (1985)



Étiquette de mise en garde, Australie



Étiquette de mise en garde, Union Européenne

Les études portant sur un seul pays font état de résultats similaires concernant l'efficacité des étiquettes de mise en garde largement visibles sur l'emballage des cigarettes.

- Au Canada, après l'introduction en 2000 de grandes étiquettes de mise en garde sous forme d'illustrations graphiques, 91 % des fumeurs interrogés ont affirmé avoir lu les mises en garde et faisaient preuve d'une très bonne connaissance des sujets couverts par ces mises en garde. Lors du suivi à trois mois, on a constaté que les fumeurs qui avaient lu les mises en garde et en avaient discuté étaient plus susceptibles d'avoir arrêté ou d'avoir essayé d'arrêter de fumer.⁶
- En Australie, après l'adoption d'une loi instaurant l'obligation d'un nouvel étiquetage en 1995, les fumeurs connaissaient mieux les principaux composants de la fumée du tabac et étaient capables d'identifier plus de maladies liées au tabagisme que les non-fumeurs.⁹
- Après l'introduction des étiquettes de mise en garde sous forme d'illustrations graphiques en Australie en 2006, 63 % des non fumeurs et 54 % des anciens fumeurs pensaient que les nouvelles mises en garde « contribueraient à empêcher les gens de commencer à fumer ».¹⁰

Les étiquettes de mise en garde sous forme d'illustrations influencent les intentions de fumer et motivent les fumeurs à arrêter de fumer.

- Des études montrent que les intentions d'arrêter le tabac augmentent quand la mise en garde est accompagnée d'une ligne téléphonique d'aide à l'arrêt du tabac.
 - En 2006, après l'introduction d'une ligne Tabac Info Service sur les étiquettes de mise en garde sous forme d'illustrations graphiques en Australie, le taux des appels a doublé par rapport aux deux années précédentes.¹¹
 - Après l'introduction d'étiquettes de mise en garde sous forme d'illustrations graphiques en Nouvelle Zélande, davantage de fumeurs étaient en mesure de reconnaître la ligne Tabac Info Service que lorsque cette information figurait sur les étiquettes uniquement sous forme de texte (61 % contre 37 %).¹²
 - En 2008, après l'introduction d'une ligne Tabac Info Service sur les étiquettes de mise en garde sous forme d'illustrations graphiques en Nouvelle-Zélande, le nombre des appels a augmenté. Le taux est passé de 12 à 27 % au cours du premier mois puis s'est stabilisé à 30 % par la suite.¹³
- Une étude portant sur des fumeurs adultes au Brésil, en Uruguay et au Mexique a mis en évidence que les Brésiliens avaient une meilleure connaissance de la ligne Tabac Info Service que les Uruguayens et que les Mexicains et qu'ils l'avaient utilisée plus que ces derniers. Au Brésil, les informations relatives au service téléphonique d'aide au sevrage figuraient sur les étiquettes de mise en garde sanitaire et apparaissaient dans les campagnes de lutte antitabac diffusées dans les médias, tandis qu'au Mexique et en Uruguay ces informations apparaissaient uniquement dans les campagnes médiatiques.¹⁴
- Les études montrent que les étiquettes de mise en garde sous forme d'illustrations graphiques ou que les étiquettes plus graphiques augmentent les intentions d'arrêter le tabac.
 - Une étude réalisée auprès de fumeurs adultes aux États-Unis et au Canada a mis en lumière que des illustrations plus graphiques des effets du tabac sur la santé suscitaient plus de crainte et se traduisaient par une plus grande intention d'arrêter de fumer.¹⁵
 - Après l'introduction de nouvelles mises en garde sous forme d'illustrations graphiques au Brésil en 2002, 67 % des fumeurs indiquaient que les nouvelles mises en garde les incitaient à vouloir arrêter de fumer.¹⁶
 - » Le Brésil a introduit une deuxième série de nouvelles mises en garde en 2004. Dans une étude évaluant les deux versions, les chercheurs ont trouvé que les images les plus chocs et frappantes sur les étiquettes de mise en garde augmentaient les intentions d'arrêter de fumer.¹⁷
- Une étude menée au Canada (où de grandes mises en garde sous forme d'illustrations graphiques sont requises) a suggéré une association positive entre le fait de lire les étiquettes de mise en garde et d'y réfléchir par la suite et les intentions d'arrêter de fumer.⁶
- Une étude portant sur quatre pays a indiqué que les étiquettes ne comportant que du texte



Étiquette de mise en garde, Nouvelle Zélande



Étiquette de mise en garde, Brésil

(comme celles utilisées aux États-Unis) étaient associées à des taux de sensibilisation plus faibles concernant les risques du tabagisme pour la santé, par rapport aux étiquettes de mise en garde plus visibles, sous forme d'illustrations graphiques (comme celles que l'on trouve au Canada et en Australie). En outre, cette étude a révélé que les étiquettes de mise en garde sous forme d'illustrations graphiques étaient plus efficaces que les étiquettes ne comportant que du texte pour inciter les gens à envisager d'arrêter de fumer et pour les dissuader d'allumer une cigarette.³

- Un suivi de l'étude portant sur ces quatre pays a démontré que les étiquettes de mise en garde sous forme d'illustrations graphiques plus grandes augmentaient les tentatives d'arrêt de fumer.¹⁸
- Après l'introduction des étiquettes de mise en garde sous forme d'illustrations graphiques à Singapour en 2004, une enquête menée par le Bureau de la promotion de la santé a trouvé que 28 % des fumeurs ayant participé au sondage fumaient moins de cigarettes à cause des mises en garde ; 14 % des fumeurs ayant participé au sondage s'efforçaient d'éviter de fumer en présence d'enfants ; 12 % évitaient de fumer en présence de femmes enceintes ; et 8 % fumaient moins chez eux.¹⁹
- Depuis que la Thaïlande a introduit sa nouvelle série d'étiquettes sous forme d'illustrations graphiques en 2006, 53 % des fumeurs ont affirmé que ces étiquettes les avaient « beaucoup » fait réfléchir sur les risques sanitaires et 44 % des fumeurs ont prétendu que, grâce à elles, il était « bien plus » probable qu'ils arrêtent de fumer au cours du mois suivant.²⁰
- Suite à l'introduction des mises en garde sanitaires sous forme d'illustrations graphiques en Australie en 2006 :
 - Les adolescents qui s'essayaient au tabac et les fumeurs invétérés se sont déclarés plus à même d'arrêter de fumer. Par ailleurs, les intentions de fumer étaient moindres auprès des étudiants qui avaient discuté des nouvelles étiquettes de mise en garde.²¹
 - 22 % des non fumeurs et 35 % des anciens fumeurs ont indiqué que les nouvelles étiquettes les dissuadaient de fumer.¹⁰
 - Les nouvelles étiquettes de mise en garde ont fait penser 57 % des fumeurs à arrêter le tabac, ont aidé 36 % des fumeurs à fumer moins, ont aidé 34 % des fumeurs à essayer d'arrêter et ont aidé 55 % de ceux qui venaient d'arrêter de fumer à ne pas reprendre.¹⁰
- Une enquête comparative sur l'impact des étiquettes chinoises sous forme de texte uniquement et les étiquettes sous forme de texte et d'illustrations graphiques ailleurs dans le monde a prouvé que les étiquettes pourvues d'illustrations plus larges étaient perçues comme plus efficaces pour informer sur les dangers du tabagisme, dissuader les jeunes de fumer et motiver les fumeurs à arrêter.²²
- Dans une étude grecque sur les adolescents, environ 84 % des adolescents non fumeurs ont déclaré que les étiquettes pourvues d'illustrations graphiques proposées par l'UE étaient plus efficaces que les anciennes étiquettes à texte uniquement de l'UE pour dissuader les jeunes de commencer à fumer.²³



Étiquette de mise en garde, Singapour



Étiquette de mise en garde, Iran

Messages clés

- Les étiquettes de mise en garde sous forme d'illustrations empêchent les compagnies de tabac d'utiliser leurs produits comme des vecteurs publicitaires, permettent de faire connaître davantage les risques associés au tabagisme, réduisent les intentions de fumer chez les adolescents²¹ et motivent les fumeurs à arrêter le tabac.^{3,4}
- Les étiquettes de mise en garde sous forme d'illustrations ont un impact plus important que les étiquettes qui comportent uniquement du texte et peuvent être reconnues aussi bien par un public analphabète que par les enfants, deux groupes de population vulnérables.^{3,7}
- Les parties de la CCLAT sont tenues de mettre en œuvre des mises en garde sanitaires diversifiées, claires et grand format sur tous les emballages de produits du tabac dans les trois ans suivant la ratification du traité.²⁴

Références

- 1 Sandefur T. Remarks of T.E. Sandefur Jr. Marketing back-grounder New York, 850723 (internal industry document.) Williamson B. 1985. Bates No. 532001934/1947 <http://leg-acy.library.ucsf.edu/tid/poi24f00>
- 2 Ayanian JZ, Cleary PD. Perceived risks of heart disease and cancer among cigarette smokers. *JAMA*. 1999 Mar 17;281(11):1019-21.
- 3 Hammond D, Fong GT, Borland R, Cummings KM, McNeill A, Driezen P. Text and graphic warnings on cigarette pack-ages: Findings from the international tobacco control four country study. *American Journal of Preventive Medicine*. 2007 Mar;32(3):202-9.
- 4 Hammond D. Tobacco labelling toolkit: Implementation. In: Hammond D, editor. *Tobacco Labeling and Packaging Tool-kit: a guide to FCTC article 11*. Waterloo: University of Wa-terloo; 2008.
- 5 Environics Research Group. *Assessment of perceived health risks due to smoking*. Ottawa: Health Canada, Office of To-bacco Control; 1999.
- 6 Hammond D, Fong GT, McDonald PW, Cameron R, Brown KS. Impact of the graphic Canadian warning labels on adult smoking behaviour. *Tobacco Control*. 2003 Dec;12(4):391-5.
- 7 Hammond D, Fong GT, McNeill A, Borland R, Cummings KM. Effectiveness of cigarette warning labels in informing smokers about the risks of smoking: Findings from the International Tobacco Control (ITC) Four Country Survey. *To-bacco Control*. 2006 Jun;15 Suppl 3:iii19-25.
- 8 Hammond D. FCTC Article 11 Fact Sheet: Health warn-ings on tobacco packages. Waterloo: University of Waterloo; 2008. Available online at www.tobaccolabels.ca/tobaccolab/labelling_.
- 9 Borland R. Tobacco health warnings and smoking-related cog-nitions and behaviours. *Addiction*. 1997 Nov;92(11):1427-35.
- 10 Shanahan P, Elliott D. Evaluation of the Effectiveness of the Graphic Health Warnings on Tobacco Product Packaging 2008 -- Executive Summary. Australian Government Depart-ment of Health and Ageing; 2009. Available online at [www.health.gov.au/internet/main/publishing.nsf/Content/83F397C5993B9AA4CA2575880078FCF2/\\$File/hw-eval-exec-sum.pdf](http://www.health.gov.au/internet/main/publishing.nsf/Content/83F397C5993B9AA4CA2575880078FCF2/$File/hw-eval-exec-sum.pdf).
- 11 Miller CL, Hill DJ, Qvester PG, Hiller JE. Impact on the Australian Quitline of new graphic cigarette pack warnings including the Quitline number. *Tobacco Control*. 2009 Feb 11.
- 12 Wilson N, Grigg M, Graham L, Cameron G. The effective-ness of television advertising campaigns on generating calls to a national Quitline by Maori. *Tobacco Control*. 2005 Au-gust;14(4):284-6.
- 13 Li J, Grigg M. New Zealand: new graphic warnings encour-age registrations with the quitline. *Tobacco Control*. 2009 Feb;18(1):72.
- 14 Thrasher JF, Villalobos, V., Szklo, A., Fong, G., Perez, C., Sebrie, E., Sansone, N., Figueiredo, V., Boado, M., Arillo-Santillán, E., Bianco, E. Assessing the impact of cigarette package health warning labels: a cross-country comparison in Brazil, Uruguay, and Mexico. *Salud Pública de México*. 2010 June;52(2):S206-S15.
- 15 Kees J, Burton, S., Andrews, J.C., Kozup, J. Understanding How Graphic Pictorial Warnings Work on Cigarette Packag-ing. *Journal of Public Policy & Marketing*. 2010;29(2):265-76.
- 16 Presentation to EU Commission on enforcement of health warnings in Brazil: (2002).
- 17 Nascimento BE, Oliveira L, Vieira AS, Joffily M, Gleiser S, Pereira MG, et al. Avoidance of smoking: the impact of warn-ing labels in Brazil. *Tobacco Control*. 2008 Dec;17(6):405-9.
- 18 Borland R, Yong HH, Wilson N, Fong GT, Hammond D, Cummings KM, et al. How reactions to cigarette packet health warnings influence quitting: findings from the ITC Four-Country survey. *Addiction*. 2009 Feb 10.
- 19 Health Promotion Board – Singapore. *Graphic health warn-ings on tobacco packaging inspire smokers to quit the habit* Singapore: 2006. Available online at www.hpb.gov.sg/hpb/default.asp?pg_id=2233.
- 20 International Tobacco Control Policy Evaluation Project (ITC). *ITC Thailand survey summary*. Waterloo: Institute for Population and Social Research, Mahidol University Salaya, and Thai Health Promotion Foundation; 2009. Available on-line at <http://itcconference.com/ITCWorkshopResources/IT-CprojectCountryBrochures/ITCThailand4PagerV115single.pdf>.
- 21 White V, Webster B, Wakefield M. Do graphic health warning labels have an impact on adolescents’ smoking-related beliefs and behaviours? *Addiction*. 2008 Sep;103(9):1562-71.
- 22 Fong G, Hammond, D., Jiang, Y., Li, Q., Quah, A., Driezen, P., Yan, M., ITC China Project Team. Perceptions of tobacco health warnings in China compared with picture and text-only health warnings from other countries: an experimental study. *Tob Control*. 2010;19(Suppl 2):i69-i77.
- 23 Vardavas CI, Connolly G, Karamanolis K, Kafatos A. Ado-lescents perceived effectiveness of the proposed European graphic tobacco warning labels. *European Journal of Public Health*. 2009 Apr;19(2):212-7.
- 24 World Health Organization (WHO). *WHO Framework Con-vention on tobacco control*. Geneva: WHO; 2003. Available online at www.who.int/fctc/text_download/en/.