



CRIMINALISER LA POSSESSION ET L'USAGE DU TABAC CHEZ LES JEUNES (janvier 2008)

Les organismes de santé et de réduction du tabagisme S'OPPOSENT à cette mesure.

VOICI POURQUOI :

➔ C'est blâmer les enfants et les rendre responsables du problème.

- Cela transfère la responsabilité du problème des taux de tabagisme sur les victimes. On rend « coupables » les enfants et les adolescents qui sont tombés dans le piège du marketing de l'industrie et qui ont ensuite développé une dépendance à la nicotine.

- Cela détourne l'attention des pratiques prédatrices de l'industrie du tabac (promotion, manipulation du produit, désinformation, opposition aux mesures efficaces, etc.) et des énormes profits qu'elle se garantit à chaque fois qu'un jeune commence à fumer. Cela dévie également l'attention de la responsabilité des détaillants face à l'interdiction de la vente aux mineurs.

- Les vrais responsables sont les adultes, c'est-à-dire ceux qui fabriquent, vendent et font la promotion du tabac.

➔ C'est un concept défendu par nulle autre que l'industrie du tabac.

- L'industrie du tabac et ses alliés sont généralement isolés à l'égard de l'interdiction de la possession ou de l'usage du tabac par les mineurs. Les motifs véritables de l'industrie sont évidents compte tenu que les seules mesures qu'elle a approuvées sont celles qui sont inefficaces ou contre-productives.

- Aucun des organismes de lutte contre le tabagisme parmi les plus respectés dans le monde – dont l'Organisation mondiale de la Santé, le Bureau du Directeur général de la Santé publique des États-Unis (US Surgeon General) et le Centre de contrôle et de prévention des maladies infectieuses américain (US Center for Disease Control and Prevention) – n'appuie cette mesure.

➔ C'est un artifice de relations publiques pour l'industrie.

- Cela permet à l'industrie et aux autres groupes qui profitent du tabac de « démontrer » qu'ils s'opposent au tabagisme chez les jeunes, tout en continuant à faire la promotion du tabac et à en tirer des profits. Et c'est sans oublier leurs campagnes politiques pour faire baisser les taxes sur le tabac, pour empêcher les restrictions sur la promotion et pour s'opposer aux interdictions de fumer.
- Les documents internes des multinationales de tabac (dont B.A.T., propriétaire d'Imperial Tobacco) démontrent que si l'industrie favorise des mesures restrictives ou des campagnes visant les jeunes, c'est parce que ces dernières sont généralement inefficaces et contre-productives, et parce que cela améliore son image.¹
- Le débat sur la criminalisation a aussi pour effet de détourner l'attention des mesures qui sont véritablement efficaces pour réduire la demande des produits du tabac par les jeunes (hausse des taxes, abolition de la promotion, dénormalisation de l'industrie) et a l'effet secondaire de conforter le public dans l'illusion que les autorités se sont chargées de régler le problème du tabagisme chez les jeunes.

➔ Cela rend le tabac encore plus attrayant pour les jeunes.

- La criminalisation du tabac renforce les stratégies de marketing des dernières décennies de l'industrie du tabac, qui cherchaient à positionner le tabac auprès des jeunes comme un rite de passage symbolique à l'âge adulte. L'interdiction pour les jeunes renforce la notion que le tabac est « réservé aux adultes. » Le seul message qu'une telle loi envoie aux jeunes ? « *Vous ne pouvez pas fumer parce que vous n'êtes pas assez vieux !!* »
- Rendre le tabac illégal pour les jeunes ajoute une dimension de risque et d'interdit qui est justement ce qui attire les adolescents susceptibles de fumer : ceux qui cherchent à se rebeller contre l'autorité.
- Les détaillants et l'industrie justifient cette mesure par des affirmations comme « *S'il est illégal pour quelqu'un de moins de 19 ans d'avoir une bière, les mêmes règles devraient s'appliquer pour les cigarettes* »², « *Il est inacceptable qu'il soit légal pour un enfant de posséder ou de consommer du tabac* »³ ou « *Le choix de fumer est un choix qui devrait être fait par les adultes seulement* »⁴. Il faut dire que ce sont des prises de position plutôt géniales...elles sous-entendent les messages suivant : « **fumer est socialement acceptable si on a 18 ans** », et « *les fumeurs fument parce qu'ils aiment fumer et non pas parce qu'ils sont dépendants à la nicotine* ».

➔ Cela n'a pas fonctionné par le passé.

- La possession de tabac par les jeunes de moins de 16 ans a été illégale entre 1908 et 1993. Au cours de ces années, le taux de tabagisme chez les mineurs a fluctué indépendamment de la loi, atteignant plus de 50 % en 1974.⁵ Si l'interdiction n'a pas été efficace par le passé, pourquoi le serait-elle plus aujourd'hui?

¹ "Danger: PR in the playground", **Action on Smoking and Health (UK)**, 2000.

² Steve Tennant, **Canadian Convenience Stores Association**, Communiqué, 21 janvier 2008, <http://www.cnw.ca/fr/releases/archive/January2008/21/c2481.html>

³ Robert Bexon, **Imperial Tobacco**, Communiqué de presse, 11 décembre 2000.

⁴ «Notre position: Position d'**Imperial Tobacco** sur le dossier du tabac», 1999.

⁵ "Smoking in Canada: Percentage of Canadians who smoke (on either or occasional basis), federal surveys, 1965-1999", **Médecins pour un Canada sans fumée**, 2000.

➔ Une telle loi n'est pas applicable.

- Du point de vue économique et dans la perspective de l'application de la loi, cela n'a aucun sens. Il n'y aura jamais assez de policiers ou d'inspecteurs pour faire respecter une telle mesure. Les ressources de surveillance sont déjà insuffisantes pour contrôler la vente illégale aux mineurs par les détaillants. Il est plus efficace de se concentrer sur la vente illégale par les détaillants que sur la possession du tabac par les jeunes. Il y a bien plus de jeunes qui fument (plusieurs dizaines de milliers au Québec) que de points de vente de tabac (un peu plus de 7 000 au Québec). De plus, contrairement aux jeunes, les détaillants ne peuvent se déplacer, sont bien identifiés et détiennent des permis.
- En effet, bien que la loi interdise la vente aux mineurs, les dépanneurs vendent toujours aux jeunes. Par ailleurs, les détaillants québécois détiennent, année après année, le triste record de vente illégale aux mineurs au Canada.⁶ En 2006 au Québec, plus du tiers des étudiants d'âge mineur qui fumaient ont acheté eux-mêmes leurs cigarettes dans un commerce, et de ceux-ci, 45 % ont déclaré qu'ils ne se sont jamais vu refusé l'achat de cigarettes.⁷
- « *Aucune étude n'a évalué si l'adoption ou l'application de lois sur la possession du tabac a eu des effets positifs sur l'attitude ou le comportement des jeunes concernant le tabac.* »⁸ [traduction libre]
- Le tabagisme chez les jeunes est un problème de santé publique, et non pas un problème de délinquance. (Il est difficile de s'imaginer le jour où les forces policières en feront une priorité !)

➔ C'est hypocrite.

- Nous vivons dans une société où les gouvernements permettent toujours la promotion du tabac⁹, dans laquelle les cigarettes demeurent à des prix ridiculement bas, sont emballées dans des paquets multicolores avec des appellations trompeuses¹⁰, sont facilement accessibles aux jeunes (malgré la loi), et dans laquelle le gouvernement permet l'ajout de saveurs de friandises aux produits du tabac... Ne serait-il pas hypocrite de tout d'un coup pénaliser les jeunes pour avoir adopté le comportement qui leur est trop bien proposé par un environnement encore trop favorable au tabagisme ?
- Cela fournirait un prétexte trop commode aux gouvernements pour négliger leurs responsabilités sur la question. Il leur revient de protéger la santé des enfants (surtout dans le cas où le pouvoir des parents est limité) en fournissant un environnement cohérent qui décourage l'usage du tabac sur tous les fronts.

➔ L'industrie n'appuiera jamais des mesures qui réduisent réellement le tabagisme auprès des jeunes.

- L'industrie du tabac sait parfaitement bien que sa rentabilité – voire sa survie – dépend de sa capacité à recruter des mineurs. La grande majorité des fumeurs commencent à fumer avant l'âge de 18 ans. Tant et aussi longtemps que leur but ultime demeurera de maximiser leurs profits, les fabricants de tabac émettront des prises de position qui finiront toujours par protéger leurs propres intérêts, peu importe les conséquences pour le public.

⁶ 31,7 % des détaillants québécois vendent du tabac aux mineurs : **Santé Canada** « *Évaluation du comportement des détaillants face à certaines restrictions de l'accès au tabac chez les jeunes (Rapport final des résultats : 2006)* » http://www.hc-sc.gc.ca/hl-vs/pubs/tobac-tabac/eval-2006/table/table_7_f.html

⁷ **Institut de la statistique du Québec**, « *Enquête québécoise sur le tabac, l'alcool, la drogue et le jeu chez les élèves du secondaire, 2006* », p. 78 http://www.stat.gouv.qc.ca/publications/sante/pdf2007/tabac_alcool2006c3.pdf

⁸ **RJ DiFranza and NA Rigotti**, "State Tobacco Control Policy Briefing Papers: Policies to Reduce Youth Access to Tobacco", Advocacy Institute, 1998.

⁹ Voir http://www.cqct.qc.ca/Communiqués_docs/2007/PRSS_07_12_27_RestrictionsVaguePublicitaire.htm

¹⁰ http://www.cqct.qc.ca/Documents_docs/DOCU_2007/MEMO_07_10_18_ReglementationDouceLegereFINAL.pdf