



COMMUNIQUE DE PRESSE

Interdiction des marques, prix des produits du tabac : DNF soutient la politique de lutte antitabac de Marisol Touraine

Paris, le 31 janvier 2017 – DNF salue la volonté de Marisol Touraine de se saisir de son pouvoir d'homologuer les prix du tabac, désormais en coresponsabilité entre la Santé et Bercy, pour interdire certaines marques et dénominations commerciales contribuant à la promotion du tabac. Cette interdiction, elle est fondée juridiquement sur l'article 13 de la directive européenne de 2014, transposée en droit français par une ordonnance pour laquelle un décret d'application avait été édicté à l'été 2016.

C'est ce décret qui permet d'utiliser le futur arrêté d'homologation des prix pour contrer encore, après l'entrée en vigueur du paquet neutre, le marketing de l'industrie du tabac. Couplée avec une hausse des prix, trop modeste mais bienvenue après plusieurs années de quasi-moratoire, cette mesure viendra illustrer à nouveau le volontarisme de Marisol Touraine contre le fléau du tabac qui tue prématurément plus de 78 000 de nos compatriotes et coûte près de 120 milliards à la société française chaque année. Alors que d'importantes échéances électorales se profilent, DNF espère que tous les candidats prendront conscience de la nécessité de poursuivre et même d'amplifier cet effort.

La possibilité d'interdire des dénominations commerciales contribuant à la promotion d'un produit du tabac est issue de l'article 13 de la directive européenne de 2014 sur les produits du tabac, directive transposée en droit français par l'ordonnance du 19 mai 2016. Cette ordonnance contient un article qui interdit tout « élément du dispositif [...] qui contribue à la promotion d'un produit du tabac ou incite à la consommation en donnant une impression erronée quant aux caractéristiques, effets sur la santé, risques ou émissions de ce produit... ». C'est sur ce fondement qu'a été pris le décret du 11 août 2016, qui précise que « sont notamment considérés comme des éléments et dispositifs qui contribuent à la promotion du tabac... tous les messages, symboles, marques, dénominations commerciales [...] qui » :

- Suggèrent qu'un produit du tabac est moins nocif que d'autres ; vise à réduire l'effet nocif de certains composants de la fumée ; présente des propriétés vitalisantes, énergisantes, curatives, rajeunissantes, naturelles, biologiques, bénéfiques pour la santé ou le mode de vie ; contribue à la perte de poids ; augmente le pouvoir d'attraction sexuelle, ou le statut social, ou la féminité ou la masculinité ou l'élégance ;
- Evoquent un goût, une odeur, tout arôme ou tout autre additif, ou l'absence de ceux-ci ;
- Suggèrent des avantages économiques.

C'est pour cela que Marisol Touraine va utiliser son nouveau pouvoir d'homologation des prix, pouvoir partagé avec Bercy, pour interdire certaines dénominations commerciales et marques contribuant à la promotion du tabac. Une excellente décision pour contrer encore le marketing de l'industrie du tabac, pour empêcher que le consommateur ne soit induit en erreur, pour éviter qu'on cherche à le faire rêver d'un produit mortifère. Comme l'a fort bien dit le Professeur Pierre Kopp, sur Europe 1 : « On ne peut pas vouloir réduire la consommation de tabac et en même temps continuer à faire rêver les gens ».

Une position très claire, que DNF partage totalement. Atteindre la première génération sans ta-

bac n'est pas réalisable sans mettre à mal l'image de séduction construite artificiellement par certaines marques et dénominations de produits du tabac. C'est le prolongement du paquet neutre, qui a effacé le support marketing majeur de l'industrie du tabac dans nos pays où la publicité était déjà interdite.

De plus, l'arrêté d'homologation des prix prévoirait une augmentation de 30 à 40 centimes pour les cigarettes manufacturées et même 1,50 € pour le tabac à rouler. DNF se félicite de la seconde mesure mais aurait préféré, pour les cigarettes, éviter une hausse trop faible pour être dissuasive qui, à la fois, réduit le rééquilibrage avec le tabac à rouler et repousse dans le temps la possibilité de recourir à l'arme absolue des hausses massives (supérieures à 10%) qui seules peuvent porter leurs fruits, comme le montrent toutes les études et expériences à travers le monde.

A Propos de DNF

L'association DNF intervient quotidiennement depuis 1973 pour défendre les victimes du tabagisme.

L'action de DNF en résumé :

- Sensibiliser aux dangers du tabagisme
- Assurer le droit des non-fumeurs à respirer un air sain
- Informer sur les mesures anti-tabac.

DNF a une mission d'utilité publique en France métropolitaine, en France d'Outre-mer, dans l'Union européenne et à l'International et participe activement à la mise en application de la Convention Cadre de Lutte Anti-Tabac de l'OMS.

Pour plus d'informations :
www.dnf.asso.fr

Contact Presse :

Gérard Audureau

Président

+ 33 (0)6 83 51 88 14

Stephen Lequet

Responsable relations institutionnelles

+33 (0)6 15 39 26 76

Céline Fournier

Responsable communication

communication@dnf.asso.fr

+33 (0)6 78 26 07 37