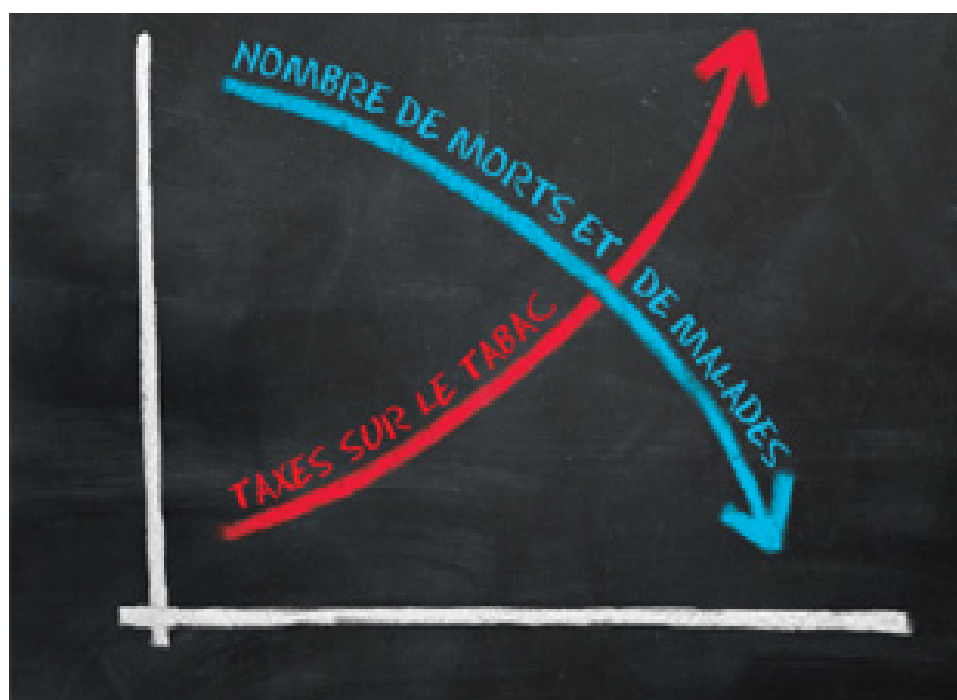


AGIR EN PRÉVENTION

MAI 2014



NUMERO SPECIAL TABAC

Journée Mondiale sans tabac

31 mai

Sommaire

Dans ce numéro vous trouverez:

Journée mondiale sans tabac

Campagnes mondiales de santé publique de l’OMS

Augmentation du prix du tabac en France

Nouvelle brochure de la Ligue

Brochures de l’INPES

Actions de la Ligue contre le cancer

Stratégie de contrôle du tabac de la Ligue contre le cancer

Ville sans tabac: le nouveau label de la Ligue

Groupe d’entraide pour le sevrage tabagique non médicamenteux

Explo tabac

Réglementation

Achats transfrontaliers

Directive Européenne sur les produits du tabac

La réglementation de la cigarette électronique

Enquêtes

ETINCEL—OFDT

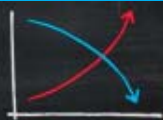
Consommation des produits psychoactifs durant les « années lycée »

Produits du tabac

Ploom



AMPAGNES MONDIALES DE SANTÉ PUBLIQUE



AUGMENTER LES TAXES SUR LE TABAC

FAIRE BAISSER LE NOMBRE DE MORTS ET DE MALADES

Journée mondiale sans tabac, 31 mai

L'épidémie mondiale de tabagisme fait près de 6 millions de morts chaque année, dont plus de 600 000 sont des non-fumeurs qui meurent d'avoir respiré la fumée des autres. Si l'on ne fait rien, l'épidémie tuera plus de 8 millions de personnes chaque année d'ici 2030. Plus de 80% de ces décès évitables seront enregistrés dans les pays à revenu faible ou intermédiaire.

À l'occasion de la Journée mondiale sans tabac 2014, l'OMS et ses partenaires appellent les pays à augmenter les taxes sur le tabac.

RÉDUIRE LA CONSOMMATION DE TABAC, SAUVER DES VIES

Conformément à la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac les pays devraient mettre en oeuvre des politiques en matière de prix et de taxes sur les produits du tabac en vue de réduire la consommation de tabac. La recherche montre que des taxes plus élevées sont particulièrement efficaces pour réduire la consommation parmi les groupes à plus faible revenu et empêcher les jeunes de commencer à fumer. Une augmentation de 10% du prix du tabac suscite une baisse de la consommation de 4% dans les pays à revenu élevé qui peut aller jusqu'à 8% dans les pays à faible revenu ou revenu intermédiaire.

De plus, l'augmentation des impôts indirects sur le tabac est considérée comme la mesure de lutte antitabac la plus rentable. Le Rapport sur la santé dans le monde, 2010 indique qu'une augmentation de 50% des droits d'accise sur le tabac rapporterait un peu plus de 1,4 milliard de dollars (US \$) de fonds supplémentaires dans 22 pays à faible revenu. Si ces montants étaient alloués à la santé, les dépenses publiques de santé pourraient augmenter dans ces pays d'un pourcentage pouvant aller jusqu'à 50%.

BUTS

Le but ultime de la Journée mondiale sans tabac est de contribuer à protéger les

générations actuelles et futures non seulement des conséquences dévastatrices de la consommation de tabac, mais aussi des énormes problèmes sociaux, environnementaux et économiques liés à l'usage du tabac et à l'exposition à la fumée du tabac.

Les objectifs particuliers de la campagne 2014 sont les suivants:

- ☛ que les gouvernements portent les taxes sur le tabac à des niveaux qui réduisent la consommation de tabac;
- ☛ que les particuliers et les organisations de la société civile encouragent leurs gouvernements à porter les taxes sur le tabac à des niveaux qui réduisent la consommation

Source : site de l'OMS

Le 31 mai de chaque année, l'OMS et ses partenaires célèbrent partout dans le monde la Journée mondiale sans tabac, mettant en lumière les risques pour la santé associés à l'usage du tabac et préconisant des politiques efficaces pour réduire la consommation. L'usage du tabac est la principale cause évitable de mortalité dans le monde et est actuellement responsable de la mort de 10% des adultes à l'échelle mondiale.





AUGMENTATION DU PRIX DU TABAC EN FRANCE

L'AUGMENTATION DES TAXES : UN OUTIL DE SANTÉ PUBLIQUE

L'augmentation du prix du tabac est la mesure de lutte contre le tabagisme la plus efficace¹. L'impact de la hausse du prix sur la prévalence dépend de plusieurs éléments mais une hausse du prix de 10% en plus de l'inflation fait baisser les ventes de produits du tabac de 4%². Cette baisse s'explique par l'arrêt du tabac chez certains fumeurs mais aussi par une moindre entrée des jeunes dans le tabagisme.

L'augmentation du prix du tabac protège efficacement les jeunes, pour qui l'accessibilité des produits du tabac est réduite.

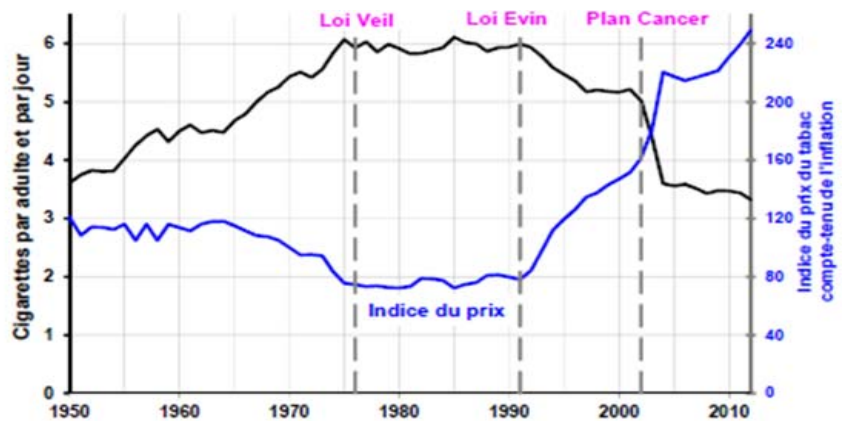
LA FRANCE PEUT MIEUX FAIRE

Le Pr Peto, épidémiologiste et Professeur à l'Université d'Oxford fait le constat suivant pour la France de 1990 à 2005 : "Triple, moitié, double" : en 15 ans le prix des cigarettes a triplé, la consommation du tabac a baissé de moitié et les recettes fiscales issues du tabac ont doublé.

Ce constat est partagé et illustré par Catherine Hill³, épidémiologiste à l'Institut Gustave Roussy, qui montre l'impact du prix du tabac sur la consommation de cigarettes. Les événements majeurs pour la santé publique que sont la loi Evin et le Plan cancer ont contribué largement à une augmentation des prix et une baisse de la prévalence du tabagisme grâce à des mesures de lutte contre le tabagisme fortes issues d'une volonté politique d'agir pour la santé des Français.

Les augmentations de 2002, 2003 et 2004 (8,4%, 14,4% et 24,5%) ont été suivies par cinq années de moratoire qui n'a été interrompu que par les hausses décidées par les fabricants de cigarettes et visant uniquement l'accroissement de leurs profits. Depuis 2010, les augmentations annuelles sont d'environ 6% et sont généralement inégalement réparties, en concevant des produits peu chers, accessibles aux jeunes et aux personnes en situation précaire. Ainsi, malgré les hausses, les industriels ont baissé les prix de leurs produits les moins chers.

Cette stratégie permet d'augmenter les prix en affichage et de conserver des clients et des marges confortables.



¹OMS (<http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs339/en/index.html>)

²Banque Mondiale (<http://web.worldbank.org/>)

AUGMENTATION DU PRIX DU TABAC - SUITE

HAUSSE DE LA TVA ET DU MINIMUM DE PERCEPTION DÉBUT 2014

Avec la dernière augmentation le prix du paquet le plus populaire a augmenté de 20 centimes et coûte actuellement 7 euros alors que les cigarettes les moins chères ont augmenté à 6,50 euros. Ainsi, l'augmentation est bien plus forte pour le tabac à rouler (augmentation de 50 centimes par paquet) et les marques les moins chères.

Cette hausse est la troisième en 24 mois, après une augmentation de 40 centimes en octobre 2012, puis de 20 centimes en juillet 2013.

L'augmentation de ce début d'année s'est faite sur le minimum de perception et non sur les droits de consommation : on augmente le minimum de taxes à percevoir par paquet de cigarettes pour pénaliser la pratique des prix d'appel. L'utilisation du minimum de perception possède également l'avantage de ne pas avoir d'incidence sur la pression fiscale car elle ne modifie pas le taux du droit de consommation.

L'augmentation du minimum de perception est une mesure de santé publique car elle permet de limiter l'accessibilité des produits du tabac d'appel, à faible prix.

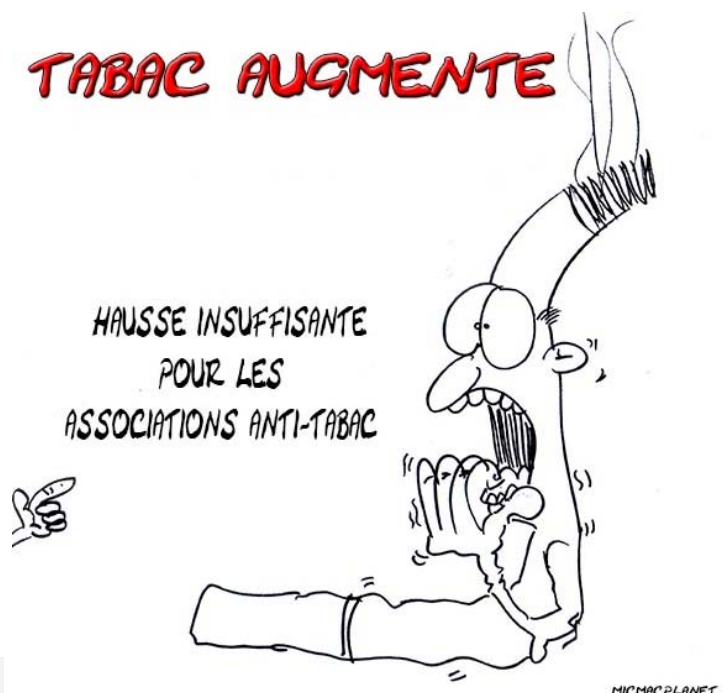
A cette hausse s'ajoute la hausse de la TVA, qui a cependant un impact assez limité sur le prix final.

Ainsi cette nouvelle hausse reste en dessous des 10% recommandés par les organisations internationales mais active un outil de taxation qui conduit à l'augmentation des produits du tabac les moins chers.

DES RÉSULTATS ?

Les ventes de cigarettes en France ont baissé en volume de 7,7% en 2013 selon les premières estimations. Cette baisse en 2013 peut s'expliquer par plusieurs facteurs: les augmentations de prix, l'essor de la cigarette électronique et le recours au marché parallèle.

Se sont vendues environ 47,5 milliards de cigarettes en 2013, soit 4 milliards de moins qu'en 2012 et presque deux fois moins de cigarettes vendues qu'en 2002.



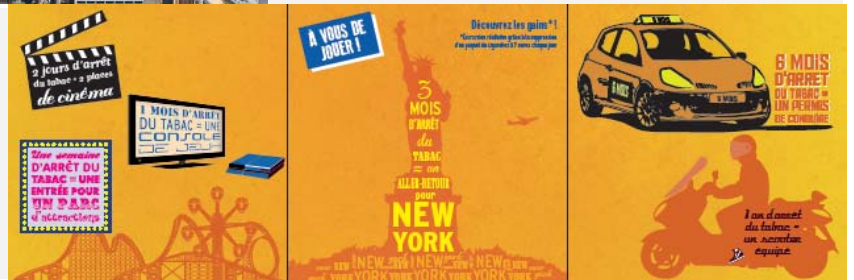
N

NOUVELLE BROCHURE DE LA LIGUE



Sans tabac on gagne à tous les coups!

*À l'attention des élèves
du collège/ lycée*



À l'occasion du 31 mai, la Ligue contre le cancer a actualisé le dépliant initié par le Comité de Loire-Atlantique sur le coût du tabac.

Nouveau look pour un sujet toujours d'actualité!

Cette brochure a pour objectif de sensibiliser au coût important des produits du tabac et d'encourager l'arrêt du tabagisme auprès du jeune public.

Il s'agit de montrer que sans tabac on gagne à tous les coups!

Le dépliant semble proposer la participation à un jeu qui offre des lots gagnants, le lecteur découvre au fur et à mesure des pages qu'il peut s'offrir un scooter ou un voyage à New York avec les économies réalisées suite à l'arrêt du tabac.

Le document aborde également les bénéfices de l'arrêt du tabac, corrélés aux périodes choisies pour mettre en avant les économies réalisées et les bénéfices sur la santé.

Une brochure qui cible les jeunes

Une attention particulière est donnée au graphisme visant à toucher une population adolescente.

Les lots choisis sont issus des centres d'intérêt des jeunes collégiens et lycéens.

La Ligue contre le cancer, un acteur de la prévention en milieu scolaire.

Les comités départementaux de la Ligue contre le cancer interviennent majoritairement dans les établissements scolaires et développent une offre importante de prévention du tabagisme.

Très impliqués dans des actions de prévention du tabagisme dans l'élémentaire et le début du collège, les comités départementaux pourront dorénavant disposer d'un outil pouvant engager le dialogue avec une population adolescente.

Les années collège sont marquées par l'expérimentation du tabagisme qui ouvre la voie à l'installation de l'addiction. Cette période est donc cruciale pour l'élargissement des actions de prévention.

*Vous pouvez commander la brochure auprès
de H2K ou M. Jean Raphaël Bizard
(jean-rafael.bizard@ligue-cancer.net)*

B ROCHURES - INSTITUT NATIONAL DE PRÉVENTION ET D'ÉDUCATION POUR LA SANTÉ



A l'occasion du 31 mai, l'Inpes propose cinq dépliants d'information actualisés sur le tabac à destination du grand public visant à promouvoir l'arrêt du tabac et faire connaître Tabac Info Service.

Ces documents abordent les thèmes suivants : l'industrie du tabac ; pourquoi arrêter de fumer ? ; les bénéfices de l'arrêt et l'aide au sevrage tabagique ; comment arrêter de fumer sans grossir et comment aborder sa grossesse sans tabac ?.

Une attention particulière est donnée à la sensibilisation des femmes pour une grossesse sans tabac.

Les documents renvoient tous vers Tabac Info Service : suivi gratuit et personnalisé par un tabacologue ou coaching mail, informations, annuaires des consultations en tabacologie, réponses aux questions, espace de témoignages.....

POUR EN SAVOIR PLUS

Connectez-vous sur le site de l'INPES :

[http://www.inpes.sante.fr/CFESBases/equilibre/numeros/104/
tabac_journee_mondiale_sans_tabac_2014.asp](http://www.inpes.sante.fr/CFESBases/equilibre/numeros/104/tabac_journee_mondiale_sans_tabac_2014.asp)



L'INDUSTRIE
DU TABAC



GROSSESSE
SANS TABAC



POURQUOI
ARRÊTER
DE FUMER ?



ARRÊTER
DE FUMER
SANS GROSSIR



ARRÊT DU TABAC :
BESOIN D'AIDE ?



STRATÉGIE DE CONTRÔLE DU TABAC DE LA LIGUE CONTRE LE CANCER

La lutte contre le tabagisme représente un des combats majeurs de la lutte contre le cancer et constitue un domaine d'engagement important pour la Ligue contre le cancer. Le plan « Sortir du tabac » est l'objectif principal de son action de prévention.

La Ligue contre le cancer s'appuie sur la Convention-Cadre de lutte antitabac (CCLAT), ratifiée par les États membres de l'OMS pour atteindre l'objectif « sortir du tabac ». Elle souhaite mobiliser les sociétés, les États, à travers un dispositif global d'actions de prévention et de plaidoyer afin de réduire la prévalence du tabagisme en France.

Conformément aux recommandations internationales relatives au contrôle du tabac et à la prévention des conduites addictives, la Ligue contre le cancer s'efforce de mettre en œuvre des actions de prévention précoces visant à réduire l'initiation des jeunes et à adapter son action au bénéfice des populations souffrant d'inégalité dans le parcours de santé.

Les missions et actions de la Ligue s'articulent autour de trois grands axes :

1. Agir en partenariat avec les acteurs de la lutte contre le tabagisme afin de renforcer l'impact du plaidoyer à l'attention des décideurs politiques et institutionnels.

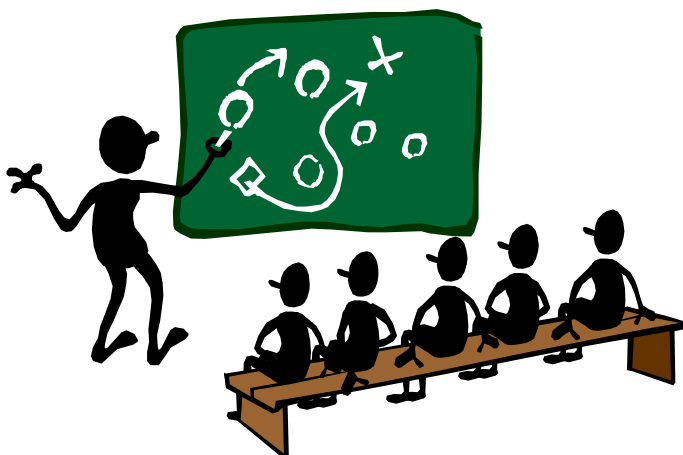
Membre fondateur de l'Alliance contre le tabac qui regroupe les associations de lutte contre le tabagisme, la Ligue contre le cancer contribue dans ce cadre à l'élaboration d'observatoires qui permettent de fournir des éléments objectifs. Ces observatoires et évaluations visent à porter au plus haut niveau décisionnel les revendications de santé publique par l'Alliance contre le tabac et ses membres dont la Ligue contre le cancer.

Le plaidoyer est porté au niveau local au travers de l'action de plaidoyer locale développée par les comités départementaux de la Ligue, interlocuteurs privilégiés des élus locaux, nationaux et européens. Les comités départementaux ont un rôle très important à jouer auprès des élus de leur département, ils sont les porte-paroles de la stratégie de la Ligue et les constructeurs de la démocratie sanitaire et populaire qui y est initiée.

La Ligue concilie également l'action nationale et internationale en contribuant à la lutte contre le tabagisme au niveau européen, international et francophone.

L'objectif de cette implication est de valoriser les actions nationales au travers des réseaux internationaux auxquels elle adhère (ECL, ALIAM, UICC).

Les projets développés dans le cadre de cet axe sont : l'observatoire de l'interdiction de fumer dans les lieux publics, l'observatoire de l'industrie du tabac, le plaidoyer sur le paquet neutre et sur l'interdiction du mécénat de l'industrie du tabac dans le milieu culturel.





STRATÉGIE DE CONTRÔLE DU TABAC DE LA LIGUE CONTRE LE CANCER - SUITE

2. Agir au plus près des populations pour prévenir et encourager l'arrêt du tabagisme, notamment auprès des jeunes et des populations en situation précaire.

Jeunes

L'action de prévention auprès des jeunes est très développée dans le champ d'intervention de la Ligue contre le cancer. Les interventions en milieu scolaire constituent un axe fort de l'action des comités départementaux. Les actions de la Ligue se déploient dans un objectif de renforcement des compétences psychosociales des élèves en amont du début de la consommation en visant une approche de promotion globale de la santé de l'enfant.

La Ligue souhaite renforcer ses interventions en y associant les professionnels de l'éducation dans le cadre des projets d'établissements et en nouant des partenariats avec l'Éducation Nationale et le Ministère de la jeunesse et des sports.

La Ligue s'attelle également à mieux comprendre les spécificités des jeunes afin de mieux les prendre en compte et les intégrer dans ses interventions de prévention.

Populations précaires

La grande majorité des fumeurs sont dépendants et souhaitent arrêter de fumer. Les personnes en situation précaire sont les plus exposées et sont celles qui ont plus de difficultés à arrêter leur consommation.



Face à ce constat, la Ligue contre le cancer souhaite accompagner les fumeurs afin d'encourager la sortie de la dépendance tabagique. Traditionnellement plus investie dans la prévention de l'initiation, la Ligue contre le cancer souhaite renforcer le dispositif de traitement de la dépendance à l'égard du tabac en encourageant la mise en place de groupes d'entraide visant à promouvoir le sevrage non-médicamenteux du tabagisme notamment auprès des populations en situation précaire. Ces groupes offrent la possibilité aux fumeurs d'acquérir des stratégies comportementales facilitant l'arrêt et incitant un soutien mutuel. Afin d'accroître l'accès à l'aide à l'arrêt des personnes en situation précaire, la Ligue souhaite développer des partenariats avec des associations de proximité, ciblant les personnes en situation

3. Dénormaiser l'usage du tabac afin de changer le regard de la société, des professionnels et de l'Etat et s'engager collectivement pour mobiliser l'opinion.

La dénormalisation consiste à changer la perception de la société face au tabagisme en débanalisant son usage car le produit du tabac n'est pas un produit de consommation comme les autres. Au travers d'actions visant à limiter l'exposition au tabagisme notamment des plus jeunes, la Ligue contre le cancer vise à promouvoir un monde sans tabac et à prévenir les conséquences que sa consommation engendre. En réduisant l'attractivité des produits du tabac, leur promotion et leur présence dans les œuvres artistiques, la Ligue souhaite renforcer l'impact de l'action de prévention qu'elle développe.

Un des projets phares de cet axe est la mise en place d'espaces sans tabac, action locale de plaidoyer qui encourage l'implication des collectivités territoriales dans une prévention active et globale.



STRATÉGIE DE CONTRÔLE DU TABAC DE LA LIGUE CONTRE LE CANCER - CONCERTATION



Le Plan Cancer 3 annonce le lancement d'un Programme national de réduction du tabagisme à paraître prochainement.

Ce programme a pour objectif une réduction d'un tiers de la prévalence du tabagisme quotidien dans la population adulte pour atteindre une prévalence de 22 % de fumeurs d'ici 2019.

Les principaux axes autour desquels s'articulera la programmation sont:

- Éviter l'entrée dans le tabagisme, en priorité chez les jeunes;
- Faciliter l'arrêt du tabagisme;
- Faire de la politique des prix du tabac un outil au service de la santé publique .

Il est important de noter que le Plan cancer 3 prévoit le déploiement d'un projet initié par la Ligue contre le cancer : « Ville sans tabac » dans le point relatif à l'amélioration de l'efficacité des mesures de lutte contre le tabagisme passif.

La Ligue contre le cancer participera au déploiement du projet en concertation avec les autorités compétentes.

Le Plan cancer 3 renforce fortement l'effort visant l'arrêt du tabac auprès de la population française.

Ainsi, les axes de la stratégie de la Ligue sont pleinement cohérents avec la programmation nationale.

Les actions du plan de réduction du tabagisme seront inscrites dans la future loi de santé publique.



L'Alliance contre le tabac, dont la Ligue est l'un des membres fondateurs, a pour

principaux objectifs de coordonner les actions menées par ses membres et de constituer un groupe de pression pour renforcer la mise en œuvre de la Convention-Cadre de l'OMS pour la Lutte Anti-Tabac (CCLAT), aux niveaux national et international.

Une convention entre l'Alliance contre le tabac et la Ligue permettra de coordonner l'action associative relative aux points suivants:

Thématique 1 : Evaluer l'application de la réglementation du tabagisme afin de renforcer son application:

Action 1 : Montage d'observatoires en partenariat avec des associations et organismes partenaires;

Action 2 : Conduite d'études thématiques d'identification aux manquements du respect de la réglementation;

Thématique 2 : Développer des actions visant à réduire l'exposition du tabagisme et la valorisation des produits du tabac;

Action 3 : Transposition de la Directive européenne : mise en place du paquet neutre standardisé;

Thématique 3 : Mobiliser les relais d'opinion et les médias;

Action 4 : Organiser de rencontres avec les parlementaires afin de sensibiliser les élus aux principaux risques de cancers évitables.

VILLE SANS TABAC : LE NOUVEAU LABEL DE LA LI-

La dénormalisation est un axe fort de l'action de la Ligue. Elle s'attelle à compléter la réglementation existante par des actions favorisant une société sans tabac afin de favoriser l'arrêt du tabagisme et prévenir l'entrée en tabagisme des jeunes, cible majeure des industriels du tabac. Il s'agit d'amener la population et les décideurs à considérer que fumer n'est pas un acte normal et que le tabac n'est pas un produit commercial comme les autres.

Le label Espace sans tabac lancé en 2011 par la Ligue contre le cancer vise à dénormaliser le tabagisme des espaces publics fréquentés par des enfants afin d'estomper la cigarette de leur quotidien. Il peut également stimuler la décision d'arrêt des fumeurs.



Ces initiatives menées en partenariat avec les collectivités territoriales et accompagnées par les Comités départementaux de la Ligue contre le cancer, ont contribué à la définition d'un label *Ville sans tabac*. Ce label est décerné aux villes ayant mis en place des dispositions limitant le tabagisme dans des espaces dédiés à l'accueil de mineurs et plus particulièrement des jeunes enfants.

Pour bénéficier d'un label *Ville sans tabac*, la municipalité doit totalement interdire de fumer devant les crèches, les écoles maternelles et élémentaires, les centres de loisirs, les collèges les espaces verts et sportifs. Ces lieux doivent faire preuve d'exemplarité et limiter au possible l'exposition des enfants au tabagisme et ce autant à l'intérieur en respectant le décret Bertrand qu'à l'extérieur.

Ainsi, les municipalités qui souhaitent obtenir le label *Ville sans tabac* s'engagent :

- à promouvoir et faire respecter l'interdiction de fumer dans les lieux cités;
- à renforcer l'application de l'interdiction de fumer au sein des équipements sportifs municipaux à ciel ouvert (stades, piscines découvertes ...);
- à développer des actions d'information/prévention sur le tabagisme en direction des personnes fréquentant des lieux municipaux;
- à développer des actions d'information/prévention des facteurs de risque du cancer (alimentation, activité physique, soleil)

Afin de faciliter l'adhésion, il est proposé que la municipalité parvienne aux objectifs par étapes.

Les labels sans tabac font partie d'un projet national déployé par les comités départementaux.



Vous pouvez retrouver les dossiers Ville sans tabac et Espace sans tabac sur intranet.



ROUPES D'ENTRAIDE POUR LE SEVRAGE TABAGIQUE NON-MÉDICAMENTEUX

La Ligue contre le cancer souhaite accompagner les fumeurs afin d'encourager la sortie de la dépendance tabagique. Traditionnellement plus investie dans la prévention de l'initiation, la Ligue contre le cancer souhaite renforcer le dispositif de traitement de la dépendance à l'égard du tabac.

Des groupes d'entraide pour le sevrage tabagique non-médicamenteux sont développés par six comités départementaux de la Ligue contre le cancer. Ce projet, initialement tourné vers les personnes en situation précaire, tend de plus en plus à toucher une population générale.

Les groupes sont ouverts à tous et organisés autour de deux phases majeures : phase d'information en présence d'un tabacologue ou personne référente et la phase d'auto-support lors de laquelle le groupe fonctionne de manière autonome.

Les groupes d'entraide offrent la possibilité aux fumeurs d'acquérir des stratégies comportementales facilitant l'arrêt et incitant un soutien mutuel.

Fortes des expériences développées par les comités départementaux, la Ligue contre le cancer a entamé la conception d'une méthodologie de mise en place de groupes d'entraide et la création d'un outil d'accompagnement.

Objectifs à atteindre auprès des bénéficiaires du projet :

- Acquérir des stratégies comportementales facilitant l'arrêt ;
- Réduire le nombre de cigarettes fumées chez les personnes n'ayant pas réussi à s'arrêter ;
- Diminuer la prévalence du tabagisme.

Objectifs complémentaires :

- Informer, sensibiliser, former les personnels des associations partenaires sur l'arrêt du tabagisme et à l'importance d'aborder la prévention du tabagisme avec le public,
- Définir des leviers d'actions et mener un programme pour intervenir en prévention du



tabagisme auprès des publics en situation de précarité,

- Former des référents à « l'accompagnement au sevrage tabagique » au sein des structures partenaires afin d'assurer la continuité de la prise en charge,

Il est important de prendre en charge les personnes dans leur globalité et de proposer parallèlement aux séances de sevrage des ateliers d'éducation à la santé : nutrition, activités physiques, des ateliers de socio-esthétique pour restaurer la confiance et l'estime de soi et des séances de sophrologie pour apprendre à gérer le stress.

La Ligue contre le cancer souhaite fournir aux participants des groupes d'entraide un outil d'accompagnement : le kit d'arrêt.

Le projet des groupes d'entraide pour le sevrage tabagique est financé par la Fédération de la Ligue contre le cancer dans le cadre de l'appel à projets du Service Prévention.

E XPLO TABAC

Le nouvel outil de prévention du tabagisme de la Ligue à destination du jeune public sera présenté lors des journées de prévention, les 25 et 26 septembre 2014.

Il répond aux recommandations institutionnelles du programme national de réduction du tabagisme (partie intégrante du plan cancer III) dont l'un des 4 grands principes vise à « éviter l'entrée dans le tabagisme, en priorité chez les jeunes, notamment en mobilisant l'ensemble de la chaîne du système éducatif ».

AGIR PRÉCOCEMENT CONTRE LE TABAGISME.

Forte de ses 5000 interventions touchant 135 000 élèves (source : rapport d'activités LNCC 2013), la Ligue contre le cancer est un acteur majeur en milieu scolaire.

Bénéficiant de l'agrément national d'association éducative complémentaire, chaque année près de **75 Comités départementaux s'engagent dans des actions de prévention** au sein des établissements scolaires, **en majorité auprès des élèves du primaire et des collèves**. Conscient que la dépendance au tabac survient d'autant plus rapidement que l'initiation est précoce (actuellement de 13 ans en France - âge de premier usage inférieur à la moyenne européenne), **la prévention des méfaits du tabagisme est le thème d'intervention unanimement cité par tous ces Comités.**

UN DISPOSITIF INNOVANT, À L'INTERSECTION D'UNE ACTION DE PRÉVENTION ET D'ÉDUCATION POUR LA SANTÉ.

Sur la base de ces constats, le Groupe Education pour la santé, associant Comités départementaux et service prévention, a mené une réflexion depuis 2012 sur l'intérêt de disposer d'un outil d'intervention propre à la Ligue. Plusieurs rencontres ont permis d'en faire évoluer les contours et d'en définir le cadre : un jeu d'animation **pour les enfants de 9 à 15 ans** (du CM1 à la 3ème), permettant d'aborder le tabagisme à travers



plusieurs thématiques et pas uniquement sous l'angle du risque pour la santé.

Aller au-delà de la transmission des connaissances, éduquer,

protéger des conduites à risque, telle est l'ambition de ce nouveau dispositif souhaité par les Comités ayant contribué à son développement.

RENDRE LES ÉLÈVES ACTEURS DE LEUR APPRENTISSAGE, AUTEURS DE LEURS SAVOIRS, VECTEURS D'UN MESSAGE POSITIF DE PRÉVENTION.

Ce dispositif d'animation sensibilise les enfants à la prévention du tabagisme pour les inciter à adopter un comportement favorable pour leur santé ; il permet :

- **d'améliorer les connaissances des jeunes sur les méfaits du tabac ;**
- **développer leurs compétences personnelles, sociales et civiques ;**
- **de favoriser un regard critique vis-à-vis de leur environnement.**

UNE ACTION EN MODE « PROJET »

Au-delà du support, l'idée est de permettre aux Comités de mettre **en œuvre un véritable projet d'éducation pour la santé en partenariat avec les établissements scolaires**. L'Explo'tabac peut s'intégrer dans un projet d'école (ou d'établissement) ou s'inscrire dans les actions développées par le Comité d'Education pour la Santé et la Citoyenneté (CESC).

En concertation entre la Ligue et les équipes des établissements, un projet d'éducation pour la santé (durée, modalités d'animation, choix des thématiques etc.) sera établi en fonction des objectifs poursuivis, du niveau d'âge ou de classe des jeunes, du temps imparti, des problématiques rencontrées au sein de l'établissement, de la disponibilité des équipes des établissements et de l'expérience des animateurs.

E

XPLO TABAC - SUITE

En fonction de l'implication des équipes des établissements et s'ils le souhaitent, les thèmes non abordés lors d'une séance pourront être menés ultérieurement par l'enseignant seul ou avec le soutien des Comités.

UN DISPOSITIF MODULABLE, SOUPLE ET OUVERT.

Il permet aux intervenants de composer leur menu « à la carte ». Organisé sous la forme de **parcours pédago-éducatifs ludiques et interactifs**, les enfants participent successivement au cours d'une séance à plusieurs ateliers thématiques, par petits groupes (maximum 10 enfants).

Chaque atelier est structuré autour de supports d'animation proposant au groupe un questionnement. Chaque groupe dispose d'une feuille de route qui va guider son activité et l'interroger tout au long de son parcours.

L'animation s'appuie sur la dynamique de groupe. Elle repose, autour du questionnement porté par les ateliers, sur l'interaction des élèves entre eux basée sur une réflexion individuelle puis collective et suivie d'échanges avec les animateurs pour discussion autour des réponses et restitution des messages clés.

A l'aide de 27 ateliers, l'Explo'tabac illustre 9 **thématiques**, choisies pour sensibiliser le jeune public aux questions posées par le tabac : la **production** (usage et histoire du tabac, industriels du tabac, effets sur l'environnement en termes de développement durable), la **consommation** (coût social et sociétal, conséquences sur la santé, dépendances, sevrage), **les différents acteurs impliqués** (associations, citoyens, politiques, industriels du tabac) et **les enjeux économiques et politiques sous-jacents**.

ACCESSIBLE À TOUS, ANIMATEUR EN HERBE ET APPRENTI TABACOLOGUE DÉBUTANT.

L'outil se présentera sous la forme d'une mallette facilement transportable qui comprendra, outre les supports pédagogiques nécessaires aux animations

(version plastifiée) un guide d'animation. Ce guide destiné à faciliter la prise en main de l'outil par ses futurs utilisateurs permettra :

- ⇒ d'acquérir les connaissances essentielles sur le tabac, en lien avec les thématiques abordées ;
- ⇒ de fournir une liste de supports susceptibles d'apporter des connaissances complémentaires si besoin ;
- ⇒ de poser un cadre structurant pédagogique pour les ateliers à animer ;
- ⇒ de rappeler les règles essentielles en techniques d'animation de groupe.



Une version dématérialisée des supports et du guide sera également mise à disposition sur l'intranet de la Ligue.

En sus de cet apport théorique, une réflexion est actuellement en cours sur une formation à la pratique de cet outil pour les futurs utilisateurs, en prérequis (1 à 2 journées), en complément ou en module autonome de la formation en éducation pour la santé.

POUR EN SAVOIR PLUS

Contactez Delphine PROERES,
Remplaçante de Chloé LEBEAU pendant son congé maternité

Chargée de mission Prévention

☎ 01.53.55.24.46

✉ delphine.proeres@ligue-cancer.net

A CHATS TRANSFRONTALIERS

La Ligue contre le cancer ne peut que regretter la libéralisation de la circulation des produits du tabac, mesure visant à respecter la législation européenne mais contraire à l'action de santé publique et de prévention.

La Cour de justice européenne avait jugé le 14 mars 2014 que la France ne respectait pas les règles européennes en limitant strictement les achats de tabac. En vertu de la libre circulation des marchandises dans l'Union européenne, Bruxelles a contraint la France à faire évoluer ses mesures jugées protectionnistes. Après la décision de la commission des finances, les députés ont abrogé les anciens quotas en vigueur. Ainsi, à compter du 1^{er} janvier 2014, un véhicule peut ramener 50 cartouches (10 cartouches par personne), soit 500 paquets de cigarettes. Précédemment, la limite ayant été fixée à 5 cartouches par véhicule.

Cette décision est en effet favorable à l'industrie du tabac qui développe ainsi l'accessibilité à ses produits, elle est évidemment contraire à notre mission de prévention. Depuis de nombreuses années la Ligue contre le cancer demande que le tabac ne soit pas considéré comme un produit de consommation courante.

En respectant le principe de libre

circulation des produits, la France s'expose à :

- Une mise en échec de sa politique de limitation de la consommation de tabac par une politique de hausse des prix et donc une augmentation des effets sanitaires de la consommation de ce dernier ;
- Une augmentation des achats transfrontaliers de produits du tabac en raison de leur prix plus abordable dans les pays limitrophes ;
- Un manque à gagner en termes de revenu fiscal pour la France car les taxes sont dues dans le pays d'acquisition du produit, se traduisant par une perte de revenus et de ressources pour la prise en charge et pour le traitement des personnes victimes des conséquences de l'intoxication tabagique ;
- A terme un risque sur le financement de son système de protection sociale par le poids que fait peser le tabac sur la dépense et le détournement par d'autres pays des déjà insuffisantes recettes visant à prendre en charge les effets de la vente et consommation de tabac.

La France ayant le 3^{ème} prix le plus élevé d'Europe, elle est donc entourée de pays proposant des cigarettes à un moindre prix.

Le Luxembourg, par exemple,

vend 7 fois plus de produits du tabac qu'il ne consomme. La hausse des prix des paquets de cigarettes en France a créé un différentiel avantageux pour les pays frontaliers (Belgique, Luxembourg, Allemagne, Suisse, Italie, Andorre et Espagne) susceptible d'inciter à de tels achats.

Ainsi, les achats transfrontaliers alimentent le marché parallèle des produits du tabac. Une cigarette sur cinq consommée par les fumeurs français ne proviendrait pas d'un bureau de tabac implanté en France. Les achats transfrontaliers représenteraient ces dernières années 15 % de la consommation totale de cigarettes en France (Rapport OFDT 2010). Ce chiffre risque de s'accroître avec les nouveaux quotas et de mettre à disposition des Français des produits du tabac moins chers, dissuadant ainsi l'arrêt et encourageant l'entrée en tabagie des jeunes avec des produits à prix d'appel.

La lutte contre le tabagisme est un combat tant national qu'euro-péen et passera par une politique et un tarif unifiés.

DIRECTIVE EUROPÉENNE SUR LES PRODUITS DU TABAC

DIRECTIVE EUROPÉENNE SUR LES PRODUITS

DU TABAC

L'ancienne directive sur les produits du tabac datait de 2001. Depuis lors, des avancées majeures ont été accomplies dans le domaine du contrôle du tabac. De nouveaux éléments sur les arômes utilisés dans les produits du tabac ont été mis à jour et des études complémentaires ont été menées sur l'efficacité des avertissements sanitaires. De nouveaux types de produits sont arrivés sur le marché, et les stratégies commerciales font désormais appel à des conditionnements et à des arômes attrayants. Au niveau international, l'Union européenne et tous ses États membres ont ratifié la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac (CCLAT), entrée en vigueur en février 2005. De ce fait, certaines dispositions de l'ancienne directive sont devenues caduques. La mise à jour de la directive était devenue prioritaire.

Les principales caractéristiques de la nouvelle directive actée fin février sont:

- **Conditionnement et avertissements sanitaires : obligation de 65% pour la taille des avertissements sanitaires combinés (image + texte) placés en haut devant et derrière les paquets avec la possibilité pour les États membres d'introduire des dispositions plus strictes pour des raisons de santé publique, ce qui autorise l'introduction des paquets neutres. Le conditionnement type paquets rouge à lèvres est interdit ainsi que les paquets de moins de 20 cigarettes (ce qui est déjà le cas en France). Cette disposition aura pour conséquence l'agrandissement des avertissements sanitaires en France. Les cigarettes slims restent cependant autorisées.**
- **Les arômes caractérisants: interdiction de certains arômes (liste négative de 15 ingrédients) dont le menthol qui bénéficie d'une période de transition de 6 ans (interdiction des arômes en 2020). Le délai pour arrêter d'utiliser les parfums fruités est de trois ans, avec trois années supplémentaires pour le menthol (soit six ans au total), après l'entrée en vigueur de la Directive.**
- **Les additifs: Les additifs essentiels à la production du**

tabac, tels que le sucre, sont autorisés, ainsi que d'autres substances figurant explicitement sur une liste, dans des concentrations spécifiques. Pour obtenir l'autorisation d'un additif, les fabricants devront déposer une demande auprès de la Commission.

- **Ventes à distance transfrontalières: un régime de notification pour les détaillants en ligne et un mécanisme de contrôle de l'âge sont mis en place afin de garantir que les produits du tabac ne sont pas vendus à des enfants ou à des adolescents.**
- **Commerce illicite: un système d'identification et de suivi et des dispositifs de sécurité (notamment des hologrammes) sont prévus, de façon à s'assurer que seuls des produits conformes à la directive sont écoulés sur le marché de l'Union.**
- **Les cigarettes électroniques: les cigarettes électroniques jusqu'à 20 mg/ml de nicotine sont réglementées dans le cadre de la directive. La publicité en est interdite. Les pays qui réglementent ces produits dans le cadre pharmaceutique pourront continuer à le faire. Au-delà de 20 mg une autorisation de mise sur le marché sera demandée. (voir l'article suivant en complément)**

Il convient de noter que les États peuvent appliquer la directive avant sa transposition dans la législation nationale, soit dès maintenant.

La directive devra rentrer en vigueur en 2016.

L A RÉGLEMENTATION DE LA CIGARETTE ÉLECTRONIQUE DANS LA DIRECTIVE EUROPÉENNE

La cigarette électronique a fortement animé les débats sur la Directive européenne. Présentant une forte hétérogénéité réglementaire au sein de l'Europe, les Etats membres ont eu du mal à trouver une base commune. Le texte de la Directive relatif à la cigarette électronique reste assez globale ne change en rien aux dispositions françaises actuelles concernant la cigarette électronique sauf l'interdiction de la publicité et l'application de mises en garde sanitaires. La Directive européenne n'interdit pas l'usage de la cigarette électronique dans les lieux publics. Aucune réglementation des arômes n'est convenue par la Directive.

Les éléments importants contenus dans la directive en sont :

➤ La cigarette électronique et la recharge doivent comprendre les informations suivantes :

- ✓ Noms et contacts du producteur dans l'Union européenne ;
- ✓ Liste des ingrédients contenus tant dans la cigarette que dans les émissions ;
- ✓ Données toxicologiques relatives aux ingrédients et aux émissions, avant et pendant leur usage, ainsi que leur effet addictif;
- ✓ Information sur le dosage de nicotine;
- ✓ Description des composantes de la cigarette et de son mécanisme de recharge;
- ✓ Informations sur le processus de production, déclaration des producteurs.

➤ Contenu en nicotine :

- ✓ Les emballages de recharges de nicotine ne doivent pas excéder un volume de 10 ml ; les cartouches ou les réservoirs ne doivent pas excéder 2 ml ;
- ✓ Le liquide ne doit pas contenir plus de 20 mg/ml ;
- ✓ Seuls peuvent être inclus les ingrédients autorisés.

➤ Informations :

- ✓ Les fabricants doivent s'assurer que les

cigarettes électroniques et les recharges contiennent des notices d'utilisation et de mise en garde ainsi que les coordonnées du fabricant ou de l'importateur.

- ✓ La liste des ingrédients contenus ;
- ✓ La mise en garde suivante : « Ce produit contient de la nicotine qui est une substance hautement addictive. Son usage n'est pas recommandé aux non-fumeurs »

➤ Publicité :

- ✓ La publicité pour les cigarettes électroniques et les recharges est interdite à l'exception de la presse professionnelle des revendeurs.

➤ Suivi :

- ✓ Les fabricants et importateurs de cigarettes électroniques doivent déclarer une fois par an aux autorités compétentes le volume des ventes par marque ainsi que des informations sur le type de consommateur (fumeur, non-fumeur, jeunes) ainsi que le mode d'acquisition des produits;
- ✓ Les Etats membres doivent suivre le développement des ventes de cigarettes électroniques;
- ✓ Les Etats membres doivent exiger des fabricants, importateurs et revendeurs de mettre en place un système de suivi des effets indésirables éventuels suite à l'usage de la cigarette électronique. Si un de ces acteurs considère qu'il est en possession d'un produit non conforme, il doit le retirer du marché et en informer les autorités concernées;
- ✓ La Commission doit informer du risque potentiel associé à l'usage de la cigarette électronique. Si une cigarette électronique ou /et ses recharges présentent un risque identifié, la commission a le droit de le/les retirer du marché et de les interdire si nécessaire.

L A RÉGLEMENTATION DE LA CIGARETTE ÉLECTRONIQUE DANS LA DIRECTIVE EUROPÉENNE - SUITE

➔ Les considérants relatifs à l'e-cigarette :

- ✓ Les cigarettes électroniques et les recharges sont réglementées par la nouvelle directive. Un niveau important de protection de la santé publique est pris en compte en réglementant ces produits. Pour permettre aux états membres d'exercer leur fonction de surveillance, les producteurs et importateurs de cigarettes électroniques doivent notifier les mises sur le marché de leurs produits.
 - ✓ La responsabilité que les produits sont compatibles avec la réglementation en vigueur relève des fabricants. Si les producteurs ne sont pas basés dans l'Union européenne, ils doivent identifier une personne qui importe leurs produits et qui en portera la responsabilité.
 - ✓ La nicotine contenue dans le liquide ne doit pas excéder 20 mg/ml, ce qui correspond à la dose de nicotine fournie par une cigarette standard. Pour limiter le risque lié à la nicotine la taille des cartouches est limitée.
 - ✓ La sécurité des produits doit être assurée pour protéger les enfants, les usagers et les non usagers.
 - ✓ Les mises en garde et les avertissements sanitaires doivent fournir des informations pour une utilisation en toute sécurité.
 - ✓ La présente directive ne régule pas les arômes utilisés et cette responsabilité est laissée aux Etats. Si un état doit interdire un arôme il doit en référer et le justifier.
- ✓ La Directive ne règlemente pas l'usage de la cigarette électronique dans les lieux publics ou de travail. Cette question est laissée à la réglementation des Etats membres.
 - ✓ Dans un contexte de marché en forte émergence, il est possible qu'un modèle de cigarette électronique, même conforme avec la directive, pose un risque imprévu pour la santé. Le droit d'interdire ce produit est octroyé aux Etats membres. Si trois Etats le demandent, la Commission doit disposer du droit d'interdire ce produit dans toute l'Union.



L'OFDT publie les résultats d'une des premières enquêtes sur la cigarette électronique.

En novembre 2013, la cigarette électronique est connue de la très grande majorité des Français, parmi lesquels on compterait entre 7,7 à 9,2 millions d'expérimentateurs, plutôt jeunes et consommateurs de tabac. L'usage dans le mois précédant l'enquête concerne quant à lui 6 % de la population.

Usage quotidien

Entre 1,1 et 1,9 million de personnes utiliseraient quotidiennement la cigarette électronique en France : il s'agit dans 67 % des cas de fumeurs de tabac, qui s'en servent majoritairement pour arrêter ou réduire leur consommation quotidienne, et donc potentiellement les risques sanitaires associés au tabagisme.

Si 9 % des expérimentateurs de la cigarette électronique déclarent n'avoir jamais ou presque fumé de tabac, tous les vapoteurs réguliers sont ou ont été fumeurs : la cigarette électronique semble ainsi constituer, du moins pour le moment, plutôt une solution de sortie du tabagisme qu'une « porte d'entrée ».

Une aide à l'arrêt?

L'usage exclusif de la cigarette électronique reste assez peu répandu, mais pourrait se développer avec le temps, au fur et à mesure que des fumeurs réduisent leur dépendance au tabac grâce à ce produit. Les motivations à terme des vapoteurs sont en effet principalement tournées vers le sevrage total ; les trois quarts des usagers réguliers ayant commencé à utiliser la cigarette électronique moins de six mois avant l'enquête, il faut peut-être plus de temps pour observer des arrêts effectifs, qui fin 2013 concernent 1 % des Français.

Vente de e-cigarettes

Pour ce qui est du marché, les cigarettes électroniques rechargeables sont très majoritaires (plus de 95 % des vapoteurs dans le mois) et les achats de l'objet en lui-même comme des recharges se font principalement dans les magasins spécialisés (plus de 50 %) et chez les buralistes (plus de 20 %).

D'autres enquêtes sont nécessaires pour conforter ces résultats et suivre leur évolution dans le temps. Début 2014, la médiatisation et le dynamisme du marché de la cigarette électronique ne semblent pas ralentir : il est donc probable que le nombre d'usagers, de l'expérimentation à l'usage quotidien, évolue encore à la hausse.

RETOUVEZ SUR INTERNET

L'enquête ETINCEL:

<http://www.ofdt.fr/BDD/publications/docs/>



CONSOMMATIONS DE PRODUITS PSYCHOACTIFS DURANT LES « ANNÉES LYCÉE »

Communiqué de presse du 9 décembre 2013 de l'Observatoire Français des drogues et des toxicomanies (OFDT).

Les données recueillies lors de l'enquête ESPAD 2011 permettent d'étudier les consommations des lycéens dans toutes les filières.

Le volet français de l'enquête européenne ESPAD (European School Survey Project on Alcohol and other Drugs) menée en 2011 a permis de comparer les usages de substances psychoactives des adolescents de 15-16 ans scolarisés à ceux de leurs homologues dans les 35 autres pays¹. Pour la France, les résultats avaient mis en lumière des hausses plus ou moins nettes pour les trois produits les plus consommés - tabac, alcool et surtout cannabis - par rapport à l'enquête 2007.

Ces données sont aujourd'hui complétées par une analyse privilégiant, plutôt que l'âge des enquêtés, leur situation scolaire (classe et filière suivies). L'OFDT, qui coordonne ESPAD en France, a en effet étendu l'échantillon 2011 à l'ensemble **des adolescents scolarisés de la seconde à la terminale dans toutes les filières (générale et technologique ainsi que professionnelle)**. À cette fin, les réponses de plus de 6 000 élèves ont été recueillies. Cette approche sur les « années lycée » poursuit celle de l'enquête HBSC de 2010 avec les « années collège »² et permet d'observer les évolutions de la 6^{ème} à la terminale. Les principaux résultats, détaillés dans la publication Tendances³, sont ici repris.

Les années lycée constituent un temps de poursuite de la diffusion et d'intensification des usages de tabac, d'alcool et de cannabis.

- Deux tiers des élèves de seconde sont ainsi expérimentateurs de tabac (66 %) ; près des trois quarts sont concernés en terminale (74 %). L'usage quotidien concerne pour sa part 27 % des élèves lors de la première année du lycée mais 31 % en terminale.
- Plus de 9 élèves sur 10 ayant déjà expérimenté l'alcool avant d'entrer au lycée, ces années se caractérisent davantage par l'apparition des premiers comportements d'alcoolisation excessive. La moitié des élèves ont déjà été ivres en première année de lycée. Ils sont 7 sur 10 en dernière année. Par ailleurs, 47 % des élèves de seconde déclarent avoir bu, au cours du mois, 5 verres ou plus d'alcool en une occasion (alcoolisation ponctuelle importante) contre 56 % en terminale.
- Les années lycée constituent une période importante de diffusion du cannabis : plus de la moitié des élèves (52 %) l'ont expérimenté en terminale contre 41 % deux ans plus tôt. Les usages réguliers (+ de 10 fois par mois) augmentent aussi durant les années lycée (de 6 % à 7 %) avec un pic durant la classe de première où un élève sur dix (11 %) se révèle usager régulier.

¹<http://www.ofdt.fr/BDD/publications/docs/eisxsss5.pdf> 2

²Alcool, tabac et cannabis durant les « années collège ». Tendances n°80 <http://www.ofdt.fr/BDD/publications/docs/efxsss4.pdf> 3

³Stanislas Spilka, Olivier Le Nézet. Alcool, tabac et cannabis durant des « années lycée » Tendances n°89 <http://www.ofdt.fr/ofdtdev/live/publi/tend/tend89.html>

CONSOMMATIONS DE PRODUITS PSYCHOACTIFS DURANT LES « ANNÉES LYCÉE » - SUITE

Les niveaux de consommation au lycée ne sont pas uniformes selon la filière et ne suivent pas un mouvement totalement linéaire.

- Il existe des différences de niveaux d'usage plus ou moins marquées selon la scolarité suivie : les élèves de la filière professionnelle sont ainsi proportionnellement plus nombreux à fumer quotidiennement et à boire régulièrement de l'alcool que ceux des classes générales et technologiques. Ces surconsommations constatées dans la filière professionnelle sont plus franches durant les deux premières années du lycée. On ne note pas en revanche de différence particulière pour le cannabis.
- La progression quasi linéaire des niveaux d'usage depuis l'entrée en 6^{ème} connaît une rupture en classe de terminale. Les usages de tabac et d'alcool sont ainsi en recul en dernière année de la filière professionnelle, sans doute du fait du décrochage scolaire de certains élèves, souvent plus consommateurs. En filière générale et technologique, la nette baisse de l'usage régulier de cannabis observée en terminale pourrait correspondre à un « effet bac », cette consommation étant vraisemblablement perçue comme contre-indiquée avant le baccalauréat.



RETOUVEZ SUR INTERNET



L'enquête ESPAD :

<http://www.ofdt.fr/BDD/publications/docs/efxsstb.pdf>



Japan Tobacco International (JTI) a lancé une nouvelle cigarette basée sur la vaporisation de tabac. Ni cigarette traditionnelle, ni cigarette électronique, ce nouveau concept permet de chauffer du vrai tabac encapsulé pour en dégager de la vapeur.

L'industriel du tabac se positionne ainsi sur un nouveau segment du marché du tabac, une tentative pour enrayer la fuite des fumeurs traditionnels vers la cigarette électronique.

Ce nouveau type de cigarette a été imaginé à San Francisco par une start-up californienne dans laquelle JTI détient des parts.

LES CARACTÉRISTIQUES DE LA CIGARETTE PLOOM

Contenant

Composée d'un corps d'une seule pièce vissé à un embout, la cigarette Ploom utilise du vrai tabac sous forme de capsule à usage unique. Après un préchauffage de 30 secondes une source de chaleur chauffe le tabac encapsulé pour le vaporiser. La capsule est percée au moment du vissage de l'embout. La consommation s'effectue en 10 minutes pendant lesquelles le tabac est chauffé et vaporisé.

La durée de 10 minutes correspond à la consommation de la capsule qui pourra être utilisée en une ou plusieurs fois.

L'arrêt de la production de vapeur correspond à la consommation totale de la capsule.

Contenu

Le concept permet de chauffer le tabac des capsules sans le brûler, grâce à la vaporisation. Il ne comporte pas de liquide. Cependant les capsules contiennent du vrai tabac auquel ont été additionnées des agents de saveur, du propylène glycol et de l'eau.

Cinq arômes sont proposés : Camel ou Winston (marques de JTI), menthe, saveur épicée et doux ou équilibré

Une capsule est présentée comme étant l'équivalent de deux cigarettes traditionnelles. L'objet lui-même se recharge par branchement USB.

UN PRODUIT DU TABAC

Le prix de la Ploom est de 33,90€, auquel il faut rajouter 6€ pour 12 capsules (Camel ou Winston). Le pack de départ assure une marge de 25% aux buralistes.

Les capsules de tabac classées dans la catégorie « autres tabacs à fumer » sont taxées comme un produit du tabac. La remise buraliste est de près de 9%. Ploom est déjà homologué aux Etats-Unis, en Autriche, en Italie, au Japon et en Corée du Sud.

La Ploom est exclusivement vendue dans le réseau des buralistes puisqu'il s'agit d'un produit du tabac.

P

LOOM - SUITE

LES EFFETS POUR LA SANTÉ DES CONSOMMATEURS

C'est un produit qui délivre de la nicotine pendant 10 minutes avec une capsule. Etant totalement associé à un produit du tabac, la cigarette Ploom maintient le fumeur dans la dépendance physique et psychologique car elle reconstitue les pics de nicotine dans le cerveau. Il convient de noter que la nicotine est classée substance très dangereuse par l'OMS, pouvant conduire à une forte dépendance lors de sa consommation.

De plus, lors de son utilisation le fumeur aspire les composants chimiques contenus dans la capsule dont le propylène-glycol qui, présentant peu de risques dans des conditions d'utilisation normales, est considéré par l'INRS[1] comme toxique lors d'une consommation à chaud, en aérosol et en utilisation prolongée.

Comme tout produit du tabac, la consommation de tabac encapsulé libère des nitrosamines cancérigènes classées substances cancérigènes par l'OMS. Ce sont des composés chimiques naturellement présents dans certains conservateurs alimentaires, mais aussi dans les huiles industrielles, les cosmétiques, le caoutchouc et le tabac.

Ces molécules sont responsables de l'effet cancérigène des tabacs non fumés, c'est-à-dire des tabacs chiqués ou sniffés. Elles sont également présentes dans la fumée du tabac et dans le tabac vapoté.

A ce jour, les effets sur la santé n'ont pas encore été démontrés scientifiquement comme la cigarette Ploom a été mise très récemment sur le marché.

QUE FAUT-IL EN RETENIR ?

Ce nouveau produit n'est pas une cigarette électronique puisqu'il fait usage de tabac, c'est donc un produit du tabac sans combustion. La stratégie de l'industrie du tabac étant désormais d'ajouter de la confusion, assimilant Ploom à la cigarette électronique afin de récupérer l'image de ce produit à la mode, certainement moins à risque que la cigarette traditionnelle.

Il convient donc de bien souligner cette différence auprès des consommateurs.

[1] <http://www.inrs.fr/fichetox/ft226.html>



Jacqueline GODET

Présidente de la Ligue nationale contre le cancer

ADMINISTRATEURS	Dr Hervé GAUTIER (CD91) <i>Président de la Commission Information Prévention Dépistage</i>	
	Pr Albert HIRSCH ✉ albert.hirsch@ligue-cancer.net	Dr Jean-Claude ARNAL (CD40) ✉ cd40@ligue-cancer.net
PERMANENTS	Emmanuel RICARD <i>Délégué</i> ☎ 01.53.55.24.18 ✉ emmanuel.ricard@ligue-cancer.net	
	Nathalie CLASTRES <i>Chargée de mission Dépistage</i> <i>Public en situation de vulnérabilité/précarité</i> ☎ 01.53.55.24.68 ✉ nathalie.clastres@ligue-cancer.net	
	Yana DIMITROVA-LAINE <i>Chargée de mission Prévention Dossier Tabac</i> ☎ 01.53.55.25.60 ✉ yana.dimitrova@ligue-cancer.net	
	DELPHINE PROERES <i>Remplaçante de Chloé LEBEAU pendant son congés maternité</i> <i>Chargée de mission Education à la Santé</i> ☎ 01.53.55.24.46 ✉ delphine.proeres@ligue-cancer.net	
	Raja NEFFATI <i>Assistante du délégué</i> ☎ 01.53.55.24.17 ✉ raja.neffati@ligue-cancer.net	Halima ARRIOUACH <i>Assistante des chargées de mission</i> ☎ 01.53.55.24.26 ✉ halima.arriouach@ligue-cancer.net



pour la vie

RÉALISÉ EN MAI 2014

PAR LE SERVICE PRÉVENTION ET PROMOTION DU DÉPISTAGE

DE LA LIGUE NATIONALE CONTRE LE CANCER

Conception graphique Halima ARRIOUACH