



## Communiqué de presse

Paris, le 27 mai 2010

### *Tabagisme au féminin : vers une parité qui tue*

La Journée mondiale sans tabac<sup>1</sup> s'attache cette année à faire la lumière sur l'épidémie de tabagisme chez les femmes : « *Tabac et appartenance sexuelle: la question du marketing auprès des femmes* ».

#### *A la conquête de la femme : stratégie de l'industrie*

Les industriels du tabac, qui camouflent depuis des décennies la nature exceptionnellement néfaste de leurs produits derrière une promotion flatteuse et mensongère, ont mis le doigt sur **un cœur de cible très prometteur : le public féminin.**

Si la « fumeuse », souvent qualifiée de femme de mauvaise vie, était particulièrement méprisée avant les années 1920, **l'industrie s'est attachée à lever les freins à cette consommation prometteuse.**

Un large panel publicitaire, vantant l'innocuité du tabac sur la santé, s'est peu à peu mis en branle : de l'argumentaire scientifique cautionné par le personnel médical, qui visait à rassurer et garantir une santé plus saine : "Après le processus de purification du tabac (...), votre fumée est pure et propre" ; aux messages véhiculant un parfum d'émancipation et de parité entre les sexes...

Attirée par certains bénéfices abstraits corrélés à la consommation de cigarette, tels que le pouvoir de séduction, la touche glamour, la sensualité, la cible féminine tombait dans les griffes de la dépendance...

Après avoir bien ferré sa cible, l'industrie se devait de la fidéliser, pour ne plus la lâcher... **Le marketing s'est donc attaché à développer une gamme de produits dédiée exclusivement au public féminin** : les « parfums délicats », le « goût exclusif », les produits « light », le look stylé de l'emballage analogue à celui d'un flacon de parfum, le nom de la marque évoquant la féminité : « Eve », le format élancé des produits et des cigarettes rappelant le monde de la mode et l'éloge de la minceur...

#### *Préoccupantes statistiques*

Et le pari de l'industrie « *sur cette mine d'or* » s'est révélé payant : l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS)<sup>3</sup> a pu constater une **augmentation considérable de la dépendance au tabac des**

<sup>1</sup> <http://www.who.int/tobacco/wntd/2010/posters/en/index.html>

<sup>2</sup> M. Hill, Président de American Tobacco, 1928 : « *C'est une mine d'or devant notre jardin* »

<sup>3</sup> Rapport de l'OMS : *Les femmes et la santé : la réalité d'aujourd'hui, le programme de demain*

**jeunes-filles et des femmes**, qui représentent 20 % du nombre total de fumeurs (soient 200 millions sur un milliard d'individus), dont 22% dans les pays développés et 9% dans les pays en voie de développement. Autant dire qu'il reste encore de nombreuses consommatrices à appâter...

**En France, ce sont 38% des femmes, âgées de 16 à 25 ans, qui sont accros...**

Le marketing des produits du tabac, attrayant, branché, et teinté de féminité, dissimule **une réalité bien cynique : le tabagisme féminin donne le droit de mourir<sup>4</sup> ! A tabagisme égal, les femmes encourent des risques identiques et développent les mêmes pathologies que les hommes.**



Campagne de publicité de l'ADESF<sup>5</sup> (Brésil), réalisée par l'agence Neogamabbbh  
« Ce n'est pas toi qui fume la cigarette, c'est la cigarette qui te fume »

**Aux cancers du poumon** (11 % des décès par cancers chez la femme en 2009<sup>6</sup>) et autres maladies chroniques respiratoires (BPCO), **s'ajoutent les effets sur la vie reproductive** : impacts sur la fertilité, fausse-couches, accouchements prématurés, nouveau-nés en sous-poids, mort subite du nourrisson...



Avertissement sanitaire graphique apposé sur les produits du tabac au Canada (Province de Québec)

L'INstitut de Veille Sanitaire (INVS), lors de la publication du Bulletin Epidémiologique Hebdomadaire (BEH) du 25 mai 2010, a mis le doigt sur deux tendances de l'épidémie du tabagisme en France :

- **La mortalité par cancer du poumon chez les hommes** a nettement diminué après 1993, **chutant de moitié en dix ans entre 35 et 44 ans**, grâce notamment aux campagnes de prévention ;
- **La mortalité par cancer du poumon a été multipliée par quatre en 15 ans chez les femmes** de la même tranche d'âge.

<sup>4</sup> A. Sasco, *Tabagisme Féminin ou le droit de mourir*, 1994

<sup>5</sup> ADESF - Association de Défense de la santé des fumeurs, [www.adesf.com.br/](http://www.adesf.com.br/)

<sup>6</sup> S. Guérin; C. Hill, *L'épidémiologie des cancers en France en 2010 : comparaison avec les Etats-Unis*, Le Bulletin du Cancer, janvier 2010

Catherine Hill, épidémiologiste à l'Institut Gustave Roussy et rédactrice de l'article du BEH, *Le point sur l'épidémie de cancer du poumon dû au tabagisme*, déplore : « *Chez les femmes, c'est assez catastrophique. On voit les conséquences de la hausse du tabagisme d'il y a dix ou vingt ans. Quand ces femmes-là auront 60 ans, ce sera encore pire. Ca va faire beaucoup de morts, c'est prévisible...<sup>7</sup>* ».

**Et nous accusons déjà 60 000 décès annuels en France...**

### ***Quelques recommandations à destination des pouvoirs publics***

A l'occasion de cette nouvelle Journée sans tabac qui pointe du doigt les dangers sanitaires, économiques et sociaux, d'une augmentation du tabagisme au féminin à outrance, l'**Alliance contre le tabac** :

- **sollicite une mise à niveau de la fiscalité appliquée à l'ensemble des produits du tabac** (cigarettes, tabac à rouler, cigares) **et une augmentation des taxes dans un objectif de santé publique<sup>8</sup>**. Ce levier, indispensable pour faire face au coût sanitaire et économique des méfaits du tabac, a déjà démontré son efficacité sur la consommation des plus jeunes<sup>9</sup>, lors des augmentations massives et répétées de 2003 et 2004.
- **souhaite inscrire la réduction des inégalités sociales comme objectif**, en instaurant un remboursement à 100 % des interventions et des médicaments nécessaires au sevrage tabagique ;
- **demande la mise en place du paquet neutre ou standardisé** (suppression des couleurs, des images de marque et des logos de l'emballage), pour réduire le potentiel positif du marketing sur les produits du tabac, et renforcer l'efficacité des avertissements sanitaires textuels et graphiques, notamment auprès des femmes et des plus jeunes.
- **Inscrire la femme et les plus jeunes au cœur des programmes de prévention** afin d'empêcher de relayer une image rebelle, sensuelle et positive de la consommation de tabac.

Contacts : Clémence CAGNAT-LARDEAU (Directrice) : 06 50 54 69 06  
Professeur Yves MARTINET (Président) : 06 83 51 31 69

*L'Alliance contre le tabac, coalition créée par six associations à la suite de la promulgation de la Loi Évin, regroupe aujourd'hui une trentaine de membres et de personnalités intervenant dans le contrôle du tabac.*

---

<sup>7</sup> C. Hill, *Métro*, 24/05/2010

<sup>8</sup> Alliance contre le tabac, *La fiscalité, un outil de santé publique – recommandations*, 2009

<sup>9</sup> *Rapport de la Banque Mondiale*, 2000