

S'EN GRILLER UNE POUR OUBLIER LES PHOTOS ANTI-TABAC

LE 29 AVRIL 2011 ROBERT MOLIMARD

Les images chocs sur les paquets de tabac succèdent aux "FUMER TUE" et consorts. Pourtant aucune étude ne prouve l'efficacité de ces illustrations.

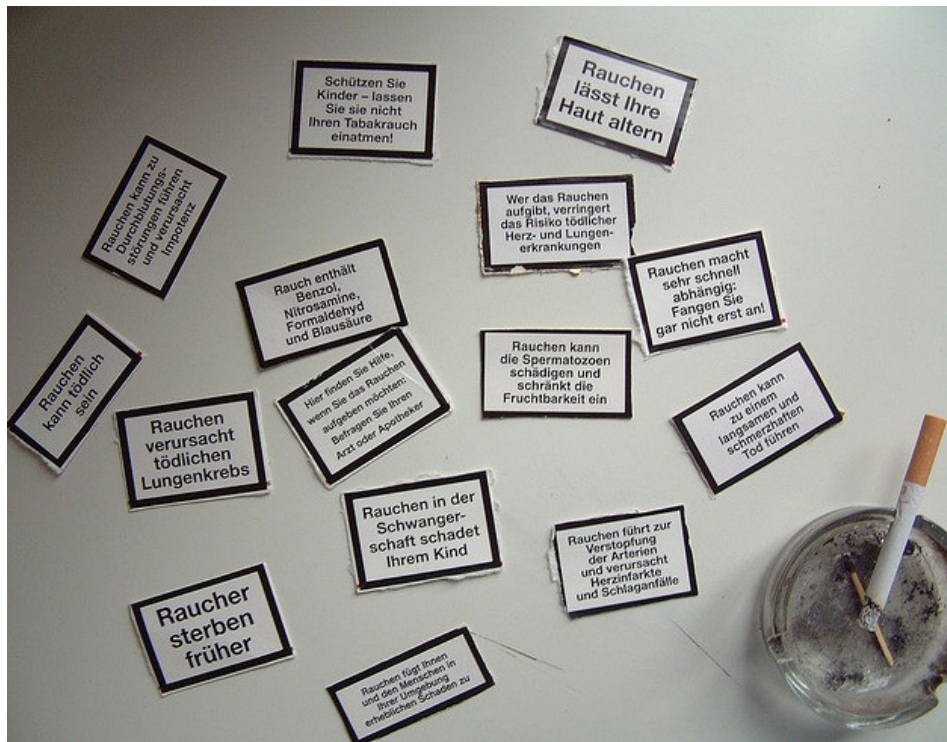
Dès son ouverture à la Belle Époque, les foules se pressaient au théâtre de la rue Chaptal à Paris, pour frémir d'horreur, de dégoût, d'angoisse et de plaisir aux spectacles qui rivalisaient d'atrocités, dans un flot d'hémoglobine. **Le Grand Guignol** a fermé en 1963, ne pouvant soutenir la concurrence des films d'horreur qui arrivaient à faire beaucoup mieux. Le relais est désormais pris par les présentoirs des buralistes.¹

Le problème à résoudre avant de prendre de grandes mesures spectaculaires est celui de l'effet réel des images réalistes. Répulsion ou attraction ? Quelle action sur les fumeurs, qui sont les porteurs du tabagisme ? En 2000, le Canada a introduit des images-choc sur les paquets de cigarettes. Une enquête téléphonique a été menée 9 mois plus tard auprès de 611 fumeurs. Relancés après 3 mois, 432 ont répondu². Un tiers (36 %) avaient cherché à se cacher les images, en changeant d'étui, mais cela n'avait modifié en rien leur tabagisme ultérieur. Peur (44 %) et répulsion (58 %) étaient les réactions émotionnelles qu'elles suscitaient. Le groupe ayant le plus fortement réagi a déclaré avoir plus fortement "diminué sa consommation, eu l'intention, ou tenté d'arrêter".

La différence avec les moins émotionnés est faible ($R=1,35$). Elle n'est statistiquement significative que parce que la tentative d'arrêt, seul critère un peu objectif, a été mélangée dans un critère global avec des données peu fiables, comme la diminution de consommation. De plus ces données sont très sensibles aux effets de suggestion d'une telle étude aux objectifs déclarés. Enfin, les 30 % d'absence de réponses 3 mois plus tard peuvent constituer un tel biais de sélection qu'on ne peut accorder aucune confiance à cette statistique. Ajoutons que seule la comparaison avec un groupe semblable de fumeurs qui n'auraient pas été exposés à ces images aurait pu permettre d'affirmer leur efficacité. En l'état, le pouvoir de conviction d'une telle étude est absolument nul.

Des questions orientées

On ne trouve dans la littérature aucune autre étude sur l'efficacité. Une mise au point de 2009, à l'occasion de l'entrée en vigueur de ces avertissements en Suisse, conclut que ces images sont "utiles"³. Mais cette affirmation ne repose que sur cette seule étude canadienne ! Le titre d'une des références qu'elle cite était alléchant, laissant penser que les fumeurs prêts à s'arrêter tireraient bénéfice de ces images⁴. En fait ce travail porte, comme beaucoup d'autres, sur leur impact immédiat subjectif, leur perception, les sentiments qu'elles éveillent. On a demandé aux fumeurs si cela les incitait à s'arrêter, si cela les faisait réfléchir sur les risques. Il en est de même d'une enquête hollandaise auprès d'adolescents⁵. Les questions induisent clairement les réponses. Aucune ne mesure l'efficacité en termes de tentatives d'abandon de la cigarette. L'intention n'est pas l'action.



Une seule voix un peu dissonante s'est manifestée⁶. Demander à une population de fumeurs s'ils ont l'intention d'arrêter recueillera automatiquement un bon pourcentage de velléitaires. Les auteurs soulignent qu'il n'y a aucune preuve que l'introduction de ces avertissements ait augmenté les tentatives d'arrêt. Ils reprochent à l'équipe canadienne d'ignorer les travaux importants sur l'efficacité des communications basées sur la peur. Les fumeurs expriment une forte intention d'arrêter après les messages qui induisent la peur, car ils les espèrent efficaces. Cependant, lorsqu'on leur demande ensuite leurs priorités, celle d'arrêter de fumer devient très faible par rapport à d'autres comportements de santé. Leurs réactions déclarées sont positives, mais les réactions observées sont négatives, y compris les changements de comportement qui sont moindres chez ceux le plus à risque. Les réactions défensives ont pour but de "se libérer de la peur, pas nécessairement des menaces".

Fumer pour faire fuir l'angoisse

C'est tout à fait ce que j'ai retiré de mes premières expériences voici 50 ans. Si, dans une conversation de salon, on me demandait si c'était bien vrai que le tabac donnait le cancer du poumon, je n'avais aucune peine à décrire un tableau qui n'avait rien de rose. À mon étonnement, la réaction n'était pas de me demander quand et où se tenait ma consultation. En fait, une main atteignait le paquet de cigarettes dans une poche, une cigarette était allumée presque en catimini, mais quelques minutes plus tard tous les fumeurs en avaient allumée une et la fumaient à l'aise, renversés sur leur fauteuil, m'écoutant poliment discourir comme si je faisais un reportage sur des mœurs exotiques.



En fait, ce discours avait suscité leur angoisse. Pas de secours dans la médecine ! Leur seule défense était de se persuader que le cancer ne les toucherait pas, qu'ils étaient génétiquement invulnérables. Mais à quoi reconnaît-on les invulnérables ? Simple : ils peuvent fumer sans risque ! Si je crains d'en allumer une, c'est que je ne suis pas certain de mon invulnérabilité ? Alors je l'allume. Je me prouve ainsi que je me considère réellement invulnérable... et cette cigarette lève l'angoisse. Gribouille, qui se jette à l'eau par crainte de la pluie. Etudiant l'impact des images par le délai de détournement d'attention qu'elles suscitent, des auteurs allemands trouvent de plus que, chez les fumeurs de plus de 20 cigarettes, elles augmentent l'anxiété et le besoin de fumer !⁷

Voici donc encore une de ces mesures démagogiques, populistes, qui ont d'autant plus de succès qu'elles sont moins scientifiquement fondées. C'est une agitation stérile, du bruit pour rien. Les activistes à la psychologie de café du commerce ont conscience d'avoir agi, ce qui va les satisfaire au moins pour un temps. Les hérauts de l'anti-tabagisme pavoisent et crient victoire à la télévision. Mais hélas susciter la peur est encore le plus sûr moyen d'asservir les peuples, et d'accrocher plus fortement le fumeur à sa cigarette, pour le plus grand bonheur des compagnies tabagières, de l'État et de quelques graphistes.

>> Article initialement publié sur **Formindep**

>> Photos Flickr CC-BY-ND  par **Peter Rosbjerg**, CC-BY-NC-ND par **alphadesigner**, et CC-BY-NC-SA par **LeRamz**.

1. Le site **Santé Canada** permet d'accéder à toute une collection d'images d'horreur canadiennes. [[↔](#)]
2. Hammond D, Fong G.T, McDonald PW, Brown S, Cameron R. Adverse Outcomes : Evidence from Canadian Smokers. Am J Public Health. (2004) ;94:1442-5 [[↔](#)]
3. Etter JF, Cornuz J. Les mises en garde illustrées sur les paquets de cigarettes sont-elles utiles ? Rev Med Suisse (2009) ;5:1476-9 [[↔](#)]
4. Willemsen MC. The new EU cigarette health warnings benefit smokers who want to quit the habit : results from the Dutch Continuous Survey of Smoking Habits. Eur J Public Health. (2005) ;15(4):389-92 [[↔](#)]
5. White V, Webster B, Wakefield M Do graphic health warning labels have an impact on adolescents' smoking-related beliefs and behaviours ? Addiction (2008) ;103(9):1562-71. [[↔](#)]
6. Ruiter RAC, Kok G. Saying is not (always) doing : cigarette warning labels are useless. European Journal of Public Health (2005) ;15(3):329. [[↔](#)]
7. Loeber S, Vollstädt-Klein S, et al : The effect of pictorial warnings on cigarette packages on attentional bias of smokers. Pharmacology, Biochemistry and Behavior (2011) ;98 : 292-8. [[↔](#)]

KORVUS

le 30 avril 2011 - 13:00 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Article vraiment intéressant (comme d'habitude devrais je dire ^^) notamment vers la fin ou j'aime l'analyse rapport à l'invulnérabilité;
Néanmoins, si les études portent sur les fumeurs existants, en existent il sur l'impact de ces visuels sur les gens qui ne fument pas mais qui pourraient passer à l'acte ? Faire arrêter un fumeur de fumer n'as jamais été reconnu comme une chose facile et évidente, donc rien de nouveau là dedans. Le public susceptible de se mettre à fumer, la plupart du temps des jeunes (je n'ai pas d'études sous la main par flemme, mais je pense que l'on est d'accord là dessus) est peut être plus sensible a ces images crues. Il serait intéressant de savoir si il existe des études là dessus.

Après, si je devait un peu troller et me lacher, je dirais que les images sur les paquets de cigarette, c'est clairement démago, car dans ce cas là, pourquoi ne pas mettre des images sur les spiritueux qui entraînent eux aussi un certain nombres de défaillances physique dans le long terme... ? Bref, je m'éloigne du sujet initial :)

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

CEEGERE

le 2 mai 2011 - 14:29 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Article intéressant, après il faudrait voir si ca peut éventuellement empecher certains de commencer de fumer ? A part ca je ne comprends pas les derniers mots de l'article, pourquoi les graphistes ??? Etant graphiste ca ne m'amuserait pas de mettre des photos comme ca dans mes créations !

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

S427

le 3 mai 2011 - 6:25 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Pas d'accord (même si la fin de l'article est intéressant). Inciter les fumeurs à arrêter n'est pas le seul enjeu. Comme le soulève ceeger, dissuader les gens de commencer est également important. Et puis surtout, ce genre de message a largement contribué à faire entrer dans l'"inconscient collectif" l'idée que fumer est mauvais pour la santé. C'est une idée que plus personne aujourd'hui ne conteste, et qui a sans doute permis d'aboutir à des mesures très concrètes comme l'interdiction de fumer dans les lieux publics. S'il n'y avait pas eu ce travail de fond pour préparer le terrain, on peut douter que les choses aient évolué aussi rapidement ces dernières années.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

FRANÇOIS PROSPER

le 9 mai 2011 - 21:29 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Dans les écoles et les collèges, la collec d'images chocs sur paquets de clopes a déjà commencée !

Avec une cote qui monte plus l'image est gore (comme avec les Crados souvenez-vous !).

Sans remettre en cause l'étude statistique, le monde de l'art aurait aussi bien pu apporter des éclairages sur l'efficacité présumée de cette campagne. Les questions de répulsion / attraction d'une image sont bien en jeu, non ?

Fascination pour le laid, le gore, voir le morbide, voir les trois à la fois, ce n'est quand même pas une nouveauté dans le monde merveilleux de l'image.

A moins que ces messieurs du ministère soit complètement paumés quand il s'agit de visuel.

C'est fort probable en fait.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

KITCHEN TAPS

le 31 mai 2011 - 14:05 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK

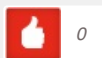


The images that are openly portaying vulgar inflictions through smoking is a good idea.

However it still does not stop the younger generations from smoking!

Smoking is regarded by many younger individuals as a "cool" thing to do.

VOUS AIMEZ



VOUS N'AIMEZ PAS



LUI RÉPONDRE