

ASSEMBLÉE NATIONALE

13 mars 2015

SANTÉ - (N° 2302)

Adopté

AMENDEMENT

N° AS1408

présenté par
le Gouvernement

ARTICLE ADDITIONNEL**APRÈS L'ARTICLE 5, insérer l'article suivant:**

I. – Après l'article L. 3511-6 du code de la santé publique, il est inséré un article L. 3511-6-1 ainsi rédigé :

« *Art. L. 3511-6-1.* – Les unités de conditionnement, les emballages extérieurs et les suremballages des cigarettes et du tabac à rouler, le papier à cigarette et le papier à rouler les cigarettes sont neutres et uniformisés.

« Un décret en Conseil d'État fixe leurs conditions de neutralité et d'uniformisation, notamment de forme, de taille, de texture et de couleur, et les modalités d'inscription des marques et dénominations commerciales sur ces supports. »

II. – Le I entre en vigueur le 20 mai 2016.

EXPOSÉ SOMMAIRE

Le tabac est la première cause de cancer et de mortalité évitable en France avec 73 000 morts par an, soit 200 décès par jour. La part des fumeuses quotidiennes a augmenté de quatre points entre 2005 et 2010 pour atteindre 27%, tandis que chez les jeunes de 17 ans, on a constaté une augmentation de dix points entre 2008 et 2011, qui porte la prévalence de consommateurs à 31,5%.

La lutte contre le tabac nécessite de renforcer la dénormalisation sociale du tabac et la réduction de l'attractivité de ces produits, ce qui passe par l'instauration du paquet générique.

Actuellement, les industriels du tabac rivalisent d'ingéniosité commerciale pour contourner le principe général d'interdiction de la publicité directe et indirecte à travers le conditionnement du tabac.

Dès lors, le présent amendement a pour objet, sur la base de l'article 24 de la directive 2014/40/UE, d'uniformiser la présentation des paquets de cigarettes et de tabac à rouler pour faire échec aux stratégies des industriels.

Le paquet neutre de cigarettes ou de tabac à rouler, sous une forme harmonisée (dans sa couleur, sa forme, ses dimensions et l'inscription de sa marque et de sa dénomination, sans logos ni autres signes distinctifs), dépouillera le conditionnement de son attrait et ne pourra plus atteindre ses populations cibles que sont en particulier les femmes et les jeunes.

De plus, la neutralisation de l'image véhiculée par la marque renforcera la force préventive les avertissements sanitaires et, à long terme, devrait permettre de modifier les intentions comportementales.

En outre, le paquet neutre a vocation à neutraliser les emballages laissant supposer au consommateur un effet moins nocif du produit de tabac utilisé.

Au-delà des effets escomptés sur la consommation du tabac et sur le recours à des aides à l'arrêt du tabac, l'adoption de cette mesure, rendue possible par la directive 2014/40/UE et emblématique du programme national de réduction du tabagisme 2014-2019, marquera l'entrée de la France dans un mouvement amorcé par l'Australie en 2012, et que l'Irlande et le Royaume-Uni ont récemment décidé de poursuivre, ainsi que la Norvège.

Cet amendement a été notifié le 5 mars à la Commission européenne au titre de la directive 98/34/CE.