



**Universität
Zürich** ^{UZH}

Psychologisches Institut
Sozial- und Gesundheitspsychologie

Hans Krebs

Kommunikation und Publikumsforschung

Impact de mises en garde écrites et graphiques sur les paquets de cigarettes et augmentation de prix en 2010

Monitoring sur le tabac – Enquête suisse sur le tabagisme

Financé par le fonds de prévention du tabagisme

Octobre 2011

Theda Radtke
Roger Keller
Angela Bearth
Hans Krebs
Rainer Hornung

Coordonnées des auteurs

Prof. Dr. Rainer Hornung, Dr. Roger Keller, Dr. Theda Radtke, Angela Bearth
Psychologisches Institut der Universität Zürich
Sozial- und Gesundheitspsychologie, Binzmühlestrasse 14 / 14, CH-8050 Zürich

Hans Krebs
Kommunikation und Publikumsforschung
Geeringstrasse 93, CH-8049 Zürich

Homepage: www.tabakmonitoring.ch

Réalisation des sondages

LINK Institut de recherche marketing et sociale, Spannortstrasse 7/9, 6000 Luzern 4

Mandant

Office fédéral de la santé publique (OFSP)
Politique de la santé
Service Fonds de prévention du tabagisme
Peter Blatter (No de contrat: 08.006416)
Code postal, CH-3003 Berne

1 Introduction

Le présent rapport contient deux dossiers thématiques:

La première partie informe sur l'attention portée aux textes de mise en garde sur les paquets de cigarettes et la propension des fumeurs à appeler la ligne de conseil également imprimée sur le paquet de cigarettes. Ces questions n'ont été posées qu'aux fumeurs.

De plus, les fumeurs et non-fumeurs ainsi que les ex-fumeurs (la première fois depuis la phase 34 de l'enquête) ont été interrogés pour savoir si les nouvelles mises en garde graphiques incitent les fumeurs à arrêter de fumer et renforcent les non-fumeurs dans leur décision de ne pas commencer (chap. 2).

La seconde partie du rapport expose l'acceptation des augmentations de prix des cigarettes (chap. 3).

Les données ont été prélevées dans le cadre du monitoring suisse sur le tabac. Il s'agit d'une enquête téléphonique représentative du comportement en matière de tabagisme de la population suisse. La méthode est détaillée à la page 27.

Les principaux résultats, en résumé:

- 26% des fumeurs entre 14 et 65 ans indiquent qu'ils regardent «souvent», voire «toujours» les textes de mise en garde écrites.
- 20% des fumeurs évoquent «occasionnellement» et 7% «souvent», voire «très souvent», ces mises en garde écrites au cours de leurs discussions. De plus, 21% y réfléchissent «occasionnellement» et 18% «souvent», voire «très souvent».
- 8% de l'ensemble des fumeurs interrogés reconnaissent que les textes de mises en garde les incitent à moins fumer.
- 47% des fumeurs rapportent qu'ils ont vu une fois le numéro de téléphone imprimé de la ligne stop- tabac.
- Déjà avant l'introduction obligatoire des mises en garde illustrées en Suisse, la moitié des personnes interrogées avait vu une fois les illustrations (2^e trimestre 2009: 50%). L'introduction des illustrations en janvier 2010 a fait augmenter constamment le nombre des personnes se souvenant de celles-ci qui est passée à 76% au 4^e trimestre 2010.
- La majorité de la population suisse a jugé l'introduction des mises en garde illustrées comme «plutôt», voire «très» bien (4^e trimestre 2010: 61%).
- Les fumeurs ainsi que les non-fumeurs estiment que les illustrations n'incitent pas les premiers à arrêter de fumer. Néanmoins, la majorité pense qu'elles confortent les non-fumeurs dans leur volonté de ne pas commencer.
- 36% des personnes entre 14 et 65 ans acceptent tout à fait une augmentation du prix des cigarettes de 7 fr. 20 à 8 fr. 10 et 23% sont plutôt pour.
- Les jeunes consommant quotidiennement des cigarettes ont une réaction plus sensible à l'augmentation de prix et rejettent le plus fortement l'augmentation de l'impôt sur le tabac.

2 Mises en garde écrites et illustrées

2.1 Contexte

Depuis le 1^{er} janvier 2010, des mises en garde illustrées supplémentaires figurent au verso de tous les produits du tabac en Suisse. Elles complètent ainsi les messages d'avertissement introduits le 1^{er} mai 2007, de plus grand format et sous forme de texte exclusivement (avant 2007 des petits messages existaient déjà), concernant les effets de la consommation de tabac sur la santé. Elles sont assorties d'informations sur des offres de soutien pour les personnes souhaitant un sevrage tabagique (indications du conseil téléphonique en la matière). Il convient de noter ici qu'en mai 2006 déjà, les mises en garde de plus grand format avaient été introduites par la loi pour les paquets de cigarettes. Ce n'est qu'en mai 2007 que la réglementation s'est appliquée à tous les produits du tabac. Les teneurs en goudron, en nicotine et en monoxyde de carbone sont également mentionnées sur les emballages des produits du tabac.

L'ordonnance fédérale du 27 octobre 2004 sur le tabac et l'ordonnance du DFI du 10 décembre 2007 concernant les mises en garde combinées fixent le cadre pour l'application de cet étiquetage (entrée en vigueur le 1^{er} janvier 2008). Les prescriptions concernant l'étiquetage des produits du tabac ont été harmonisées avec le droit européen.

De plus, depuis le 1^{er} janvier 2010, la ligne stop-tabac 0848 000 181 doit être signalée sur tous les produits du tabac.

Trois séries de quatorze illustrations seront imprimées en alternance tous les deux ans, afin que l'attention des consommateurs ne se relâche pas (Eidgenössisches Departement des Inneren (EDI), [Département fédéral de l'intérieur; DFI], 2008).

2.2 Objectifs visés par les mises en garde

L'objectif vise à mieux informer les consommateurs sur les risques liés à la consommation des produits du tabac. De plus, ces messages devraient motiver les fumeurs à arrêter de fumer et conforter les non-fumeurs dans leur choix (BAG [OFSP], n.d.).

Entre-temps, la proportion des résultats empiriques sur l'efficacité des mises en garde écrites et illustrées a augmenté.

Selon ces résultats, les mises en garde sont connues des fumeurs (cf. Christiansen, Stander & Töppich, 2004; Hammond, Fong, McDonald, Cameron & Brown, 2003; Hammond, Fong, McNeill, Borland & Cummings, 2006; Peterson & Lieder, 2006; Trasher et al. 2010). Les mises en garde de plus grand format, compréhensibles, fortement émotionnelles et nouvellement introduites sont notamment prises en compte et/ou lues par une importante partie des fumeurs (Borland et al. 2009; Hammond, 2011; Hammond, Fong, Borland, Cummings, McNeill & Driezen, 2007; Trasher et al., 2010). Les personnes qui fument quotidiennement un paquet de cigarettes sont confrontées – au moins 7000 fois par an – aux

mises en garde (Peterson & Lieder, 2006). Celles-ci sont toutefois perçues différemment par les femmes et les hommes, les fumeurs et les non-fumeurs. Les femmes et les non-fumeurs ont tendance à moins remarquer les mises en garde. Cette constatation pourrait être liée aux différents taux de prévalence entre fumeuses et fumeurs (Koval, Aubut, Pederson, O'Hegarty & Chan, 2005). Les fumeurs qui ont l'intention de s'arrêter de fumer semblent, en outre, être plus réceptifs aux messages véhiculés par les mises en garde (Devlin, Anderson, Hastings & Macfadyen, 2005). Certaines études montrent que, chez les jeunes, les mises en garde illustrées peuvent diminuer leur envie de fumer (White, Webster & Wakefield, 2008). Toutefois, des études scientifiques sur l'efficacité des mises en garde écrites et illustrées font également apparaître des résultats contradictoires (cf. Hammond, 2011; Hammond, Fong, McDonald, Brown & Cameron, 2004; Hastings & MacFadyen, 2002; Willemsen, 2005). Willemsen (2005) a pu montrer que de nombreux fumeurs sont dégoûtés ou ont peur en présence des mises en garde. Une partie non négligeable des fumeurs adopte un comportement de protection et de défense.

2.3 Conception des paquets de cigarettes

Mises en garde combinées

Comme mentionné en préambule, chaque unité de conditionnement de produits du tabac doit, depuis le 1^{er} janvier 2010, comporter une mise en garde combinée. Celle-ci consiste en une mise en garde complémentaire écrite (cf. art. 12, al. 3, OTab; BAG [OFSP], n.d., b) et une mise en garde graphique en couleurs (peut être aussi un texte blanc) ainsi qu'une indication visuelle relative à la prévention du tabagisme (ligne stop-tabac).

Les 14 mises en garde complémentaires existant depuis 2007 ont donc été complétées par 14 représentations graphiques. La figure 1 illustre la première série des 14 mises en garde combinées se trouvant sur les produits du tabac en Suisse (EDI [DFI], 2008).



Figure 1: La première série des mises en garde combinées

Selon l'Office fédéral de la santé publique (cité d'après BAG, n.d.), les mises en garde véhiculent différents messages et contenus:

- La consommation de tabac est la première cause au monde de décès évitables. Aucun autre produit n'est plus dangereux ou meurtrier que le tabac.
- L'usage du tabac peut bloquer les artères du cœur et du cerveau. Cela peut entraîner une invalidité ou la mort.
- 85% des cancers du poumon sont causés par le tabagisme. En Suisse, cela correspond à plus de 2 100 personnes par année.
- Fumer provoque le cancer de la cavité buccale. Ce cancer peut notamment toucher la langue, le plancher buccal et les gencives.

- Fumer altère la quantité et la qualité des spermatozoïdes. La fertilité des fumeuses est également réduite.
- Le tabagisme affecte aussi l'aspect physique des fumeurs. Fumer fait vieillir et ride prématurément la peau.
- Les effets nocifs sur la santé provoqués par le tabagisme passif sont établis chez des individus de tout âge. De plus, le tabagisme passif est nocif pour la santé des enfants. Les enfants de parents fumeurs sont doublement exposés au risque de devenir fumeurs par rapport aux enfants de non-fumeurs.
- Les bébés dont la mère a fumé pendant la grossesse ont un poids plus réduit à la naissance. De plus, les risques de maladies infantiles, d'anomalies et de mortalité sont plus grands.
- La fumée contient du benzène, des nitrosamines, du formaldéhyde et du cyanure d'hydrogène.
- Les fumeurs qui se font aider par des spécialistes de la santé augmentent considérablement leurs chances d'arrêter définitivement de fumer.
- Des études indiquent qu'il peut être plus difficile d'arrêter de fumer que de renoncer à l'héroïne ou à la cocaïne. La nicotine crée une forte dépendance.
- Des bénéfices pour la santé s'observent dès les premières heures qui suivent l'arrêt du tabagisme.

Ligne stop-tabac

Les quatorze mises en garde complémentaires, sont accompagnées par un message signalant l'existence de la «ligne stop-tabac» (cf. figure 1). Ce service de consultation téléphonique poursuit un double objectif: informer sur le tabagisme et assister les fumeurs dans leur sevrage tabagique ou en cas de rechute et offre également, si souhaité, un suivi gratuit par téléphone (appels convenus pendant l'arrêt sur une longue période). La ligne téléphonique 0848 000 181 (tarif local) est gérée depuis l'été 2005 par la Ligue suisse contre le cancer, en collaboration avec l'Association suisse pour la prévention du tabagisme. Les collaborateurs de la ligne stop-tabac répondent dans l'une des trois langues officielles: français, allemand et italien. Des numéros de téléphone propres ont été attribués à d'autres langues (albanais, portugais, serbe/croate/bosniaque, espagnol et turc). La ligne stop-tabac est financée par le fond de prévention du tabagisme.

Conception formelle

L'une des 14 mises en garde combinées doit être imprimée au verso du paquet de cigarettes (cf. fig. 1).

Les mises en garde écrites sont formulées en trois langues et la représentation graphique doit couvrir env. 50% de la surface de la mise en garde combinée, la mise en garde complémentaire env. 38%. Lorsque l'illustration est composée comme un texte, elle doit

couvrir avec la mise en garde complémentaire env. 88% de la surface de la mise en garde combinée et l'indication de la ligne stop-tabac env. 12%.

La configuration du paquet de cigarettes en Suisse répond ainsi à la prescription de la convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac (EDI, 2008).

Indications relatives aux substances nocives et déclaration des additifs dans les cigarettes

En plus des mises en garde, chaque paquet doit comporter des indications relatives aux substances nocives contenues dans les cigarettes. Ces substances mesurées selon les méthodes ISO pour les teneurs en goudron (valeur limite: 10 mg), nicotine (1 mg) et monoxyde de carbone (10 mg), doivent être indiquées sur le côté du paquet de cigarettes et entourées d'un cadre de 3 à 4 mm d'épaisseur. L'objectif 10 du Programme national pour la prévention du tabagisme, à savoir une meilleure information des consommateurs, est ainsi atteint (OTab, RS 817.06, section 3; Schweizerischer Bundesrat [Conseil fédéral suisse], 2009). Les fabricants et les importateurs suisses de tous les produits du tabac ont dû, jusqu'à fin septembre 2005, déclarer à l'OFSP quels additifs entraient dans la composition de ces produits et communiquer les informations disponibles sur la nocivité de ces substances.

Interdiction des désignations trompeuses

Les qualificatifs tels que «light» ou «mild» dans le contexte des produits du tabac pouvant induire en erreur, leur mention sur les emballages a donc été interdite depuis mai 2006. L'interdiction s'applique également aux marques de cigarettes comme «Mild 7» (OTab, RS 817.06, section 5; Schweizerischer Bundesrat, 2009).

2.4 Résultats

2.4.1 Mises en garde écrites

Les questions concernant les textes de mises en garde et le numéro de conseil téléphonique figurant sur les paquets de cigarettes ont été posées dans un module supplémentaire permanent du monitoring sur le tabagisme en Suisse. Les questions concernant les textes de mise en garde ont été posées pour la première fois au cours du 3^e trimestre 2005 (juillet à octobre 2005, phase 19 de l'enquête). Depuis 2006, elles sont répétées tous les trois mois.

Pour l'interprétation des résultats, il faut considérer qu'en mai 2006 les mises en garde de plus grand format ont été légalement introduites. Cette réglementation ne s'est appliquée à tous les produits du tabac qu'en mai 2007 seulement (cf. chap. 2.1). Il convient aussi d'observer qu'alors que les mises en garde n'étaient pas encore prescrites par la loi, certains fabricants de produits du tabac avaient déjà fait imprimer des mises en garde de plus grand format sur les paquets de cigarettes. Dès le 1^{er} janvier 2010, les mises en garde écrites ont été complétées par des graphiques pour composer des mises en garde combinées (cf. chap. 2.4.2). Là encore, il

est constaté que déjà en juin 2009, donc bien avant la date légalement prescrite, certains fabricants imprimaient les mises en garde combinées sur les produits du tabac.

Les résultats par année et par trimestre sont présentés séparément ci-après. A côté des valeurs moyennes des réponses échelonnées sur cinq niveaux, les palettes de réponses sont également présentées en pourcentage.

2.4.1.1 Attention accordée aux textes de mise en garde

Au cours du 3^e trimestre 2005 (phase 19 de l'enquête) et depuis 2006 (phase 21) tous les fumeurs ont été interrogés sur l'attention qu'ils accordent aux textes de mise en garde figurant sur les paquets de cigarettes.

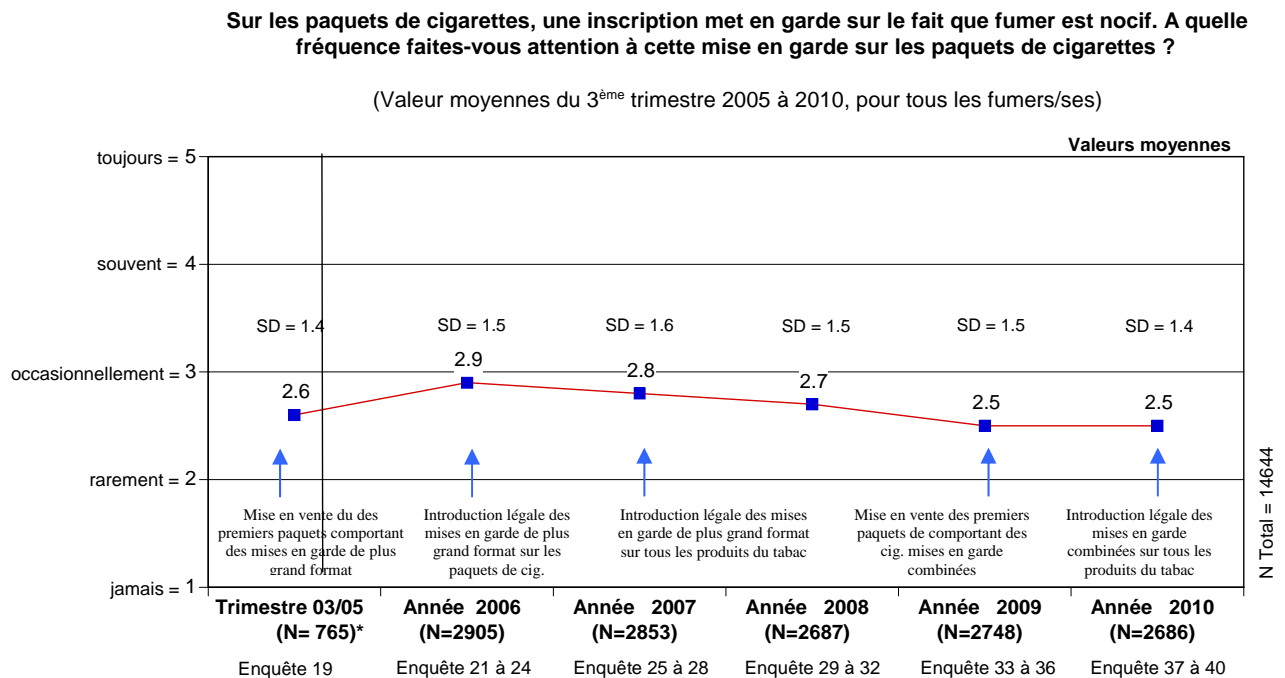


Figure 2: Attention accordée par les fumeurs uniquement aux textes de mise en garde, par année. Remarque: SD = Ecart type¹. *Le 3^e trimestre 2005 a été considéré comme valeur de référence, les mises en garde de plus grand format n'ayant pas encore été introduites à l'époque. La petite taille de l'échantillon et la marge d'erreur statistique doivent être prises en considération.

La figure 2 indique à quelle fréquence les fumeurs de 14 à 65 ans résidant en Suisse affirment prêter attention, en moyenne, aux messages de mises en garde. Au cours du 3^e trimestre 2005, la valeur moyenne s'élève à 2,6 (écart-type [SD] = 1,4) sur une échelle allant de 1 (jamais) à 5 (toujours). Cette valeur moyenne peut néanmoins s'expliquer par le fait que des messages étaient déjà imprimés sur les paquets de cigarettes avant l'introduction de la loi, mais en plus petits caractères, et de plus le thème faisait déjà l'objet d'un débat public. D'ailleurs, des Etats

¹ L'écart type mesure la dispersion d'une série de valeurs autour de leur moyenne.

voisins ont introduit des mises en garde de plus grand format avant la Suisse, comme l'Allemagne, depuis octobre 2003. Une influence extérieure n'est donc pas à exclure.

En comparaison avec les années suivantes, les valeurs moyennes n'augmentent pas de manière significative, malgré l'introduction des mises en garde de plus grand format au cours du 2^e trimestre 2006, celles-ci devenant obligatoires sur tous les produits du tabac au 2^e trimestre 2007. Une raison possible pourrait être le fait que le format des textes de mise en garde a été réduit à causes des illustrations et que ceux-ci sont donc moins facilement pris en considération.

La figure 3 traduit en pourcentages (par année) les données concernant l'attention accordée aux mises en garde écrites. On constate que le pourcentage de fumeurs interrogés qui affirment, en 2010, être «toujours» attentifs aux textes de mise en garde a diminué, passant de 23%, en 2006, à 15%. Parallèlement, la proportion des «jamais» et des «rarement» est en légère augmentation.

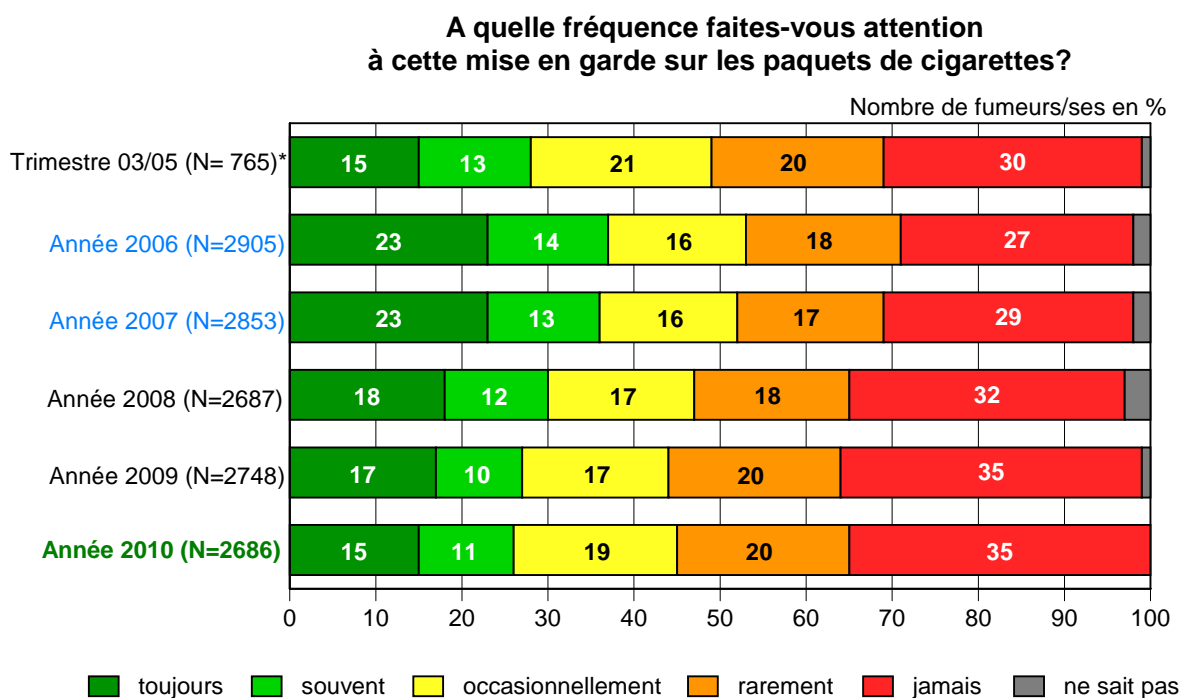


Figure 3: Répartition, en pourcentages et par année, des réponses de fumeurs uniquement sur l'attention accordée aux textes de mise en garde. *Le 3^e trimestre 2005 a été considéré comme valeur de référence, les mises en garde de plus grand format n'ayant pas encore été introduites à l'époque. La petite taille de l'échantillon et la marge d'erreur statistique doivent être prises en considération. En bleu: années des différentes étapes se rapportant à l'introduction des mises en garde écrites. En vert: l'introduction des mises en garde illustrées (cf. fig. 2).

Globalement, en 2010, 26% des fumeurs interrogés ont remarqué les mises en garde «toujours» ou «souvent», 39% «occasionnellement» ou «rarement» et 35% «jamais».

Cette même année, l'étude des résultats n'a pas mis en relief de variations notables en fonction du sexe. Cependant, les données des fumeurs quotidiens et des fumeurs occasionnels se différencient en ce sens que les fumeurs occasionnels ont davantage tendance à considérer les textes des mises en garde (cf. également fig. 4). 32% des fumeurs occasionnels (N = 795) indiquent qu'ils accordent de l'attention à ces mises en garde «souvent» (14%) ou «toujours» (18%). Chez les fumeurs quotidiens (N = 1 891), ces taux passent respectivement à 10% («souvent») et 14% («toujours»).

Sur les paquets de cigarettes, une inscription met en garde sur le fait que fumer est nocif. A quelle fréquence faites-vous attention à cette mise en garde sur les paquets de cigarettes?

(Valeur moyennes du 3^{ème} trimestre 2005 à 2010, selon le statut de fumeurs/ses)

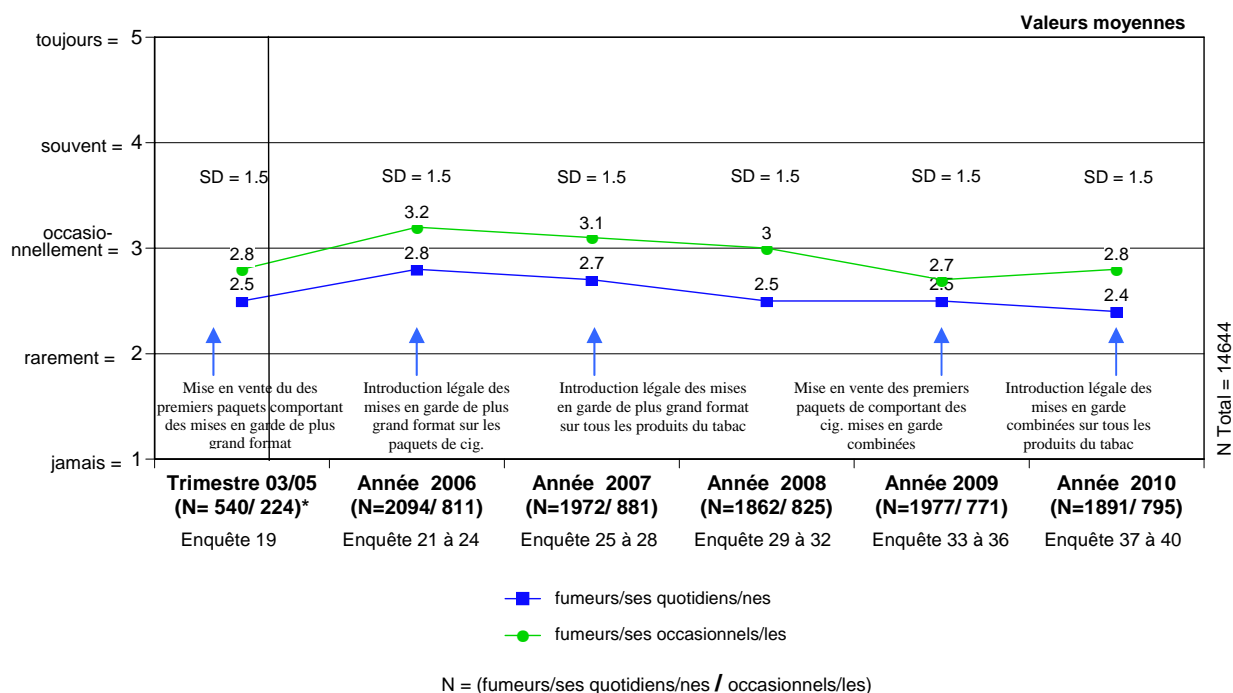


Figure 4: Attention accordée par les fumeurs quotidiens et les fumeurs occasionnels aux textes de mise en garde, par année. Remarque: SD = écart-type. *Le 3^e trimestre 2005 a été considéré comme valeur de référence, les mises en garde de plus grand format n'ayant pas encore été introduites à l'époque. La petite taille de l'échantillon et la marge d'erreur statistique doivent être prises en considération.

2.4.1.2 Réflexions concernant les textes de mise en garde

Discussions à propos des textes de mise en garde

En plus des questions relatives à l'attention qu'ils accordent aux mises en garde imprimées sur les paquets de cigarettes, les fumeurs ont été interrogés sur la fréquence à laquelle ils parlaient de ces messages avec d'autres personnes.

Une comparaison effectuée sur plusieurs années montre que la valeur moyenne la plus élevée, soit 2.3, a été enregistrée en 2006 (SD = 1.1). Les années suivantes, elle s'élevait à 2.0 (SD = 1.0). Ces résultats montrent que ce sujet est relativement peu abordé avec d'autres personnes comme les amis ou les connaissances.

Si l'on considère l'année 2010 (cf. fig. 5), 20% des personnes interrogées déclarent qu'elles ont «occasionnellement» et 7% «souvent» ou «toujours» abordé le sujet avec d'autres personnes et 73% «jamais» ou seulement «rarement».

La figure 5 permet de constater que, depuis 2006 (année de l'introduction des textes de mise en garde de plus grand format), une baisse dans la fréquence de l'attention accordée aux mises en garde. Il est probable qu'avec le temps, les échanges avec d'autres personnes concernant les mises en garde se soient raréfiés, car la population s'y est habituée.

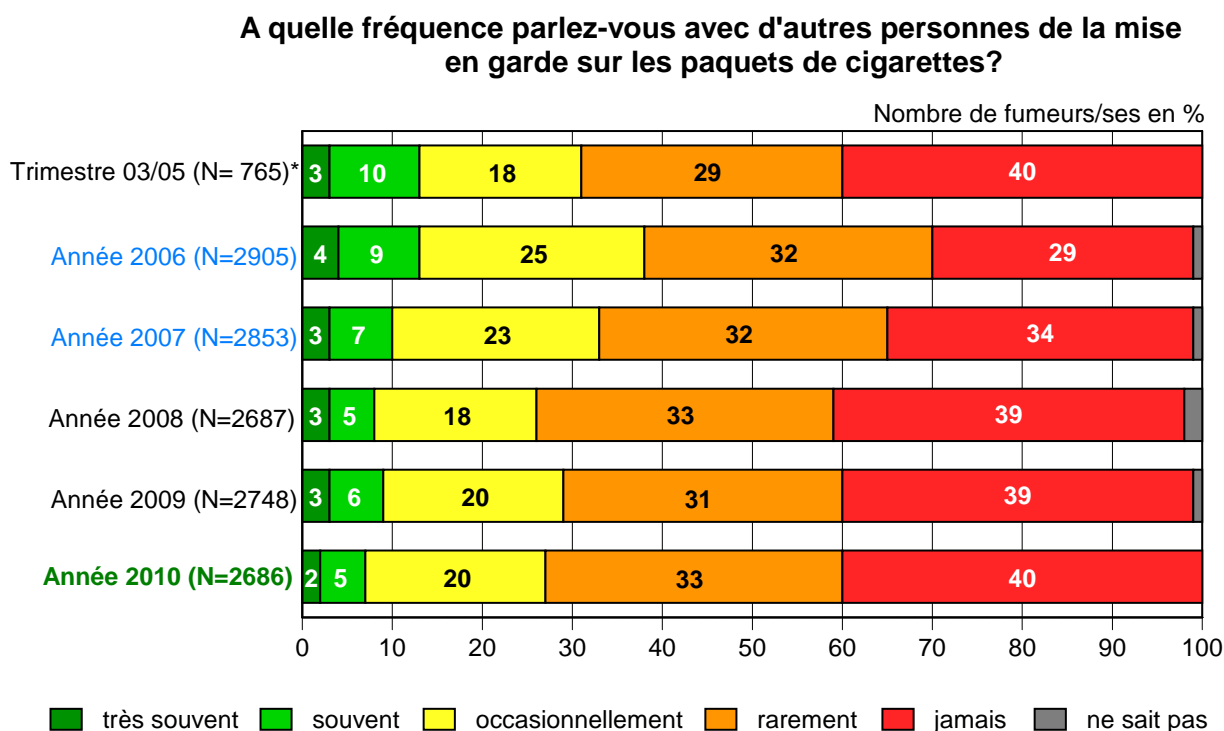


Figure 5: Répartition, en pourcentages et par année, des réponses de fumeurs uniquement sur les conversations concernant les textes de mise en garde. Remarque: *Le 3^e trimestre 2005 a été considéré comme valeur de référence, les mises en garde de plus grand format n'ayant pas encore été introduites à l'époque. La petite taille de l'échantillon et la marge d'erreur statistique doivent être prises en considération. En bleu: années des différentes étapes se rapportant à l'introduction des mises en garde écrites. En vert: l'introduction des mises en garde illustrées (cf. fig. 2).

Globalement, en 2010, 7% des fumeurs ont discuté «toujours» ou «souvent» des mises en garde avec d'autres personnes, 53% «occasionnellement» ou «rarement» et 40% «jamais». Pour l'année 2010, des différences en fonction du sexe sont marquées par le fait que les femmes (31%, N = 1 170) en parlent plus souvent (cumul «occasionnellement», «souvent» et «toujours») que les hommes (24%, N = 1 516). Une différence est également constatée entre les réponses de fumeurs quotidiens et occasionnels. 32% des fumeurs occasionnels (N = 795) déclarent discuter des mises en garde avec d'autres personnes «occasionnellement» (25%), «souvent» (6%) et «toujours» (1%). Chez les fumeurs quotidiens (N = 1 891), ces taux s'élèvent respectivement à 18%, 5% et 2%.

Prise de conscience provoquée par les textes de mise en garde

Il a été demandé aux fumeurs à quelle fréquence les mises en garde imprimées sur les paquets de cigarettes les incitaient à réfléchir aux dangers du tabagisme.

Tableau 1: *Prise de conscience provoquée par les textes de mise en garde.*

Groupe-cible des fumeurs	Nombre de personnes interrogées		Prise de conscience provoquée par les textes de mise en garde						Marge d'erreur statist. max.
	Entretiens effectif-ment menés	Base pondérée (=100%)	Très souvent	Sou-vent	Occasi-onnelle-ment	Rare-ment	Jamais	Ne sait pas/pas de réponse	
Total 2006: 14-65 ans	2780	2905	8%	15%	24%	24%	27%	2%	+/- 2%
Total 2007: 14-65 ans	2708	2853	6%	15%	23%	27%	27%	2%	+/- 2%
Total 2008: 14-65 ans.	2600	2687	4%	12%	23%	26%	30%	4%	+/- 2%
Total 2009: 14-65 ans	2542	2748	7%	12%	21%	23%	35%	2%	+/- 2%
Total 2010: 14-65 ans	2575	2686	5%	13%	21%	28%	33%	0%	+/- 2%

Comme les précédentes analyses l'ont déjà montré, pour cette question également, les données ne se distinguent guère au cours du temps. Les valeurs moyennes les plus élevées sont à noter en 2006 et en 2007 avec 2.5 (SD = 1.3). De 2008 à 2010, la valeur moyenne se situait à 2.3 (SD = 1.3). Si l'on considère l'année 2010 (cf. tableau 1), 39% des personnes interrogées déclarent penser aux textes de mise en garde «très souvent», «souvent» ou «occasionnellement» tandis que 28% y pensent «rarement» et 33% «jamais». Aucune différence significative ne peut être mise en relief, que ce soit par rapport au sexe ou par rapport au statut de fumeur quotidien ou occasionnel.

2.4.1.3 Changement de comportement lié aux textes de mise en garde

Les fumeurs ont également dû dire si les mises en garde imprimées sur les paquets de cigarettes les incitaient à fumer moins, autant ou davantage. En 2010, les réponses révèlent qu'en moyenne, les fumeurs admettent fumer toujours autant (89%) et 8% fumer moins. Si l'on compare la répartition (en%) des réponses pour 2010 et les années précédentes, les résultats sont similaires. Cependant, le nombre de ceux qui affirment fumer moins à cause des mises en garde diminue légèrement. Des différences significatives en fonction du sexe ne se dégagent pas. Les fumeurs occasionnels (14%, N = 795) déclarent cependant plus fréquemment que les fumeurs quotidiens (5%, N = 1 891) avoir réduit leur consommation à cause des mises en garde.

Tableau 2: Changement de comportement lié aux textes de mise en garde.

Groupes-cibles des fumeurs	Nbre de personnes interrogées		Changement de comportement lié aux textes de mise en garde				Marge d'erreur. statist. max.
	Entretiens effectivement menés	Base pondérée (=100%)	Je fume moins	Je fume autant	Je fume davantage	Ne sait pas/pas de réponse	
Total 2006: 14-65 ans	2780	2905	12%	82%	1%	4%	+/- 1%
Total 2007: 14-65 ans	2708	2853	12%	83%	1%	4%	+/- 1%
Total 2008: 14-65 ans	2600	2687	11%	84%	1%	4%	+/- 1%
Total 2009: 14-65 ans	2542	2748	9%	87%	2%	2%	+/- 1%
Total 2010: 14-65 ans	2575	2686	8%	89%	1%	2%	+/- 1%

2.4.1.4 Perception du service de conseil téléphonique

Un message sur chaque paquet de cigarettes signale l'existence du numéro de conseil téléphonique de la ligne stop-tabac 0848 000 181 auquel les fumeurs peuvent demander de l'aide s'ils désirent arrêter de fumer. A partir du 2^e trimestre 2006 (phase 22 de l'enquête), il a été demandé aux personnes interrogées dans le cadre du monitoring sur le tabagisme en Suisse si elles avaient déjà vu ce message. Il est important de mentionner que jusqu'à l'introduction des mises en garde combinées en 2010 le message concernant la ligne stop-tabac n'était imprimé que sur un paquet de cigarettes sur 14.

La figure 6 montre que 34% des fumeurs affirmaient, en 2006, avoir vu au moins une fois le numéro de conseil téléphonique alors qu'en 2010 ils étaient déjà 47%. 1 à 3% expriment cependant qu'ils ne savent pas s'ils se souviennent de ce numéro. Les autres personnes interrogées répondent qu'elles ne s'en souviennent pas. Une augmentation progressive se profile donc avec le temps. Elle peut s'expliquer par le fait que la probabilité d'avoir été attentif à ce numéro augmente, en rapport avec le nombre de fois où l'on aura eu entre les mains un paquet de cigarettes comportant ce message. Par ailleurs, l'introduction de la mention de la ligne de conseil sur chaque paquet peut expliquer la hausse de 2010.

En 2010, davantage d'hommes (50%, N = 1 516) que de femmes (44%, N = 1 170) ont remarqué le message concernant la ligne de conseil téléphonique. Cette situation s'explique

probablement par le fait qu'il y a davantage de fumeurs quotidiens que de fumeuses et ainsi la probabilité de remarquer le numéro au moins une fois est plus grande. Comme il fallait s'y attendre, les fumeurs quotidiens (56%, N = 1 891) sont nettement plus nombreux que les fumeurs occasionnels (27%, N = 795) à déclarer avoir vu au moins une fois le message concernant le numéro de conseil téléphonique. Cela s'explique par la forte probabilité pour les fumeurs quotidiens d'avoir au moins vu une fois ce numéro. De plus, les résultats du monitoring sur le tabagisme montrent que les fumeurs occasionnels sont nettement moins enclins à envisager d'arrêter de fumer que les fumeurs quotidiens (Keller, Radtke, Krebs & Hornung, 2011). C'est pourquoi ces derniers se sentent plus concernés par ce message.

Une mise en garde sur le paquet de cigarettes rend attentif à un numéro de téléphone par lequel on peut recevoir de l'aide si l'on souhaite arrêter de fumer. Avez-vous déjà vu cette mise en garde avec le numéro de téléphone ?

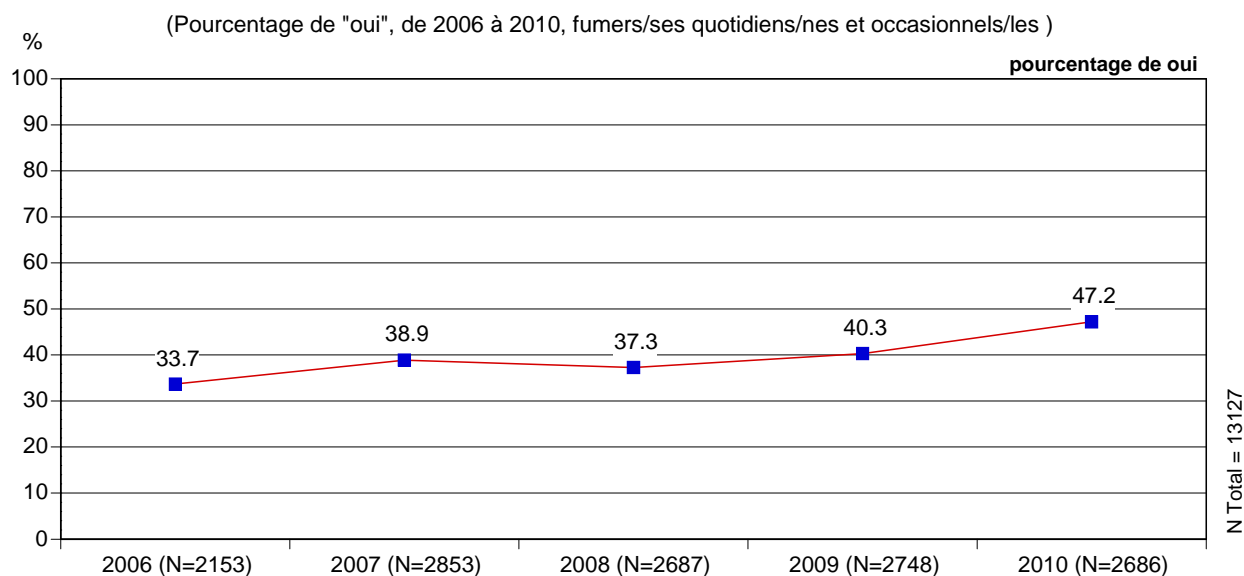


Figure 6: Attention accordée par les fumeurs uniquement au numéro de conseil téléphonique sur les paquets de cigarettes, par année. Remarque: en 2006, la question n'a été posée que durant trois phases. La comparaison est donc limitée, vu la taille plus petite des échantillons.

En 2010, à la question «Si vous souhaitiez arrêter de fumer, quelle est la probabilité que vous appeliez personnellement ce numéro pour un conseil?», (cf. tableau 3) posée aux fumeurs souhaitant s'arrêter et à ceux qui ont essayé pendant les 12 derniers mois, 17% ont répondu «sûrement» (3%) ou «probablement» (14%). Près de 82% des personnes interrogées déclarent qu'elles ne l'appelleront «sûrement pas» ou «probablement pas».

Le tableau 3 montre en outre que l'intention (au moment de l'enquête) d'appeler le numéro de conseil téléphonique n'a guère changé ces dernières années. Elle était la plus élevée en 2009. Avec l'introduction du numéro de la ligne stop-tabac sur tous les conditionnements en 2010, l'intention de l'appeler exprimée par les personnes interrogées n'a pas augmenté.

Une étude d'évaluation renseigne sur les conseils téléphoniques de 2006/2007 et sur les modifications dans les habitudes de tabagisme intervenues après 3 et 12 mois (Krebs, 2009). Une enquête de suivi concernant le conseil du premier entretien et les conseils suivants de 2010/2011 sera achevée fin 2012.

L'analyse en fonction des sexes n'a montré aucune différence significative. La comparaison entre fumeurs quotidiens et fumeurs occasionnels a révélé une très légère différence, selon laquelle les fumeurs quotidiens seraient un peu plus enclins à contacter le service de conseil téléphonique. Il convient toutefois de noter, pour l'interprétation des résultats, que la taille de l'échantillon des fumeurs occasionnels est très petite du fait que seules les personnes souhaitant arrêter de fumer ont été interrogées.

Tableau 3: Probabilité exprimée par les fumeurs (qui souhaitent arrêter ou l'ont tenté sérieusement dans les 12 derniers mois) d'appeler la ligne stop-tabac pour un sevrage tabagique.

Groupes-cibles des fumeurs souhaitant s'arrêter	Nombre de personnes interrogées		Probabilité d'appeler la ligne de conseil exprimée par les fumeurs lorsqu'ils souhaitent arrêter ou l'ont tenté les 12 derniers mois					Marge d'erreur statist. max.
	Entretiens effectivement menés	Base pondérée (=100%)	Appellera sûrement	Appellera probablement	N'appellera pas	N'appellera sûrement pas	Ne sait pas/pas de réponse	
Total 2006: 14-65 ans	100	1048	6%	10%	30%	52%	2%	+/- 3%
Total 2007: 14-65 ans	1351	1428	4%	14%	31%	49%	2%	+/- 3%
Total 2008: 14-65 ans	1171	1182	4%	13%	31%	49%	3%	+/- 3%
Total 2009: 14-65 ans	1149	1267	5%	15%	34%	45%	1%	+/- 3%
Total 2010: 14-65 ans	1181	1167	3%	14%	32%	50%	1%	+/- 3%

Remarque: en 2006, cette question n'a été posée que durant trois phases. La comparaison est donc limitée, vu la taille plus petite des échantillons.

2.4.2 Mises en garde illustrées

Les questions concernant les mises en garde illustrées ont été également posées dans le module complémentaire permanent du monitoring sur le tabagisme en Suisse. Elles ont été posées au 2^e trimestre 2009 (avril à juillet 2009) et répétées trimestriellement à partir de cette date.

Pour l'interprétation des résultats, il convient de considérer que dès janvier 2010, les illustrations ont été introduites à titre obligatoire pour compléter les textes, composant ainsi des mises en garde combinées. Les enquêtes avant le 1^{er} trimestre 2010 servent de valeur de comparaison. Cependant, dès juin 2009 (2^e trimestre 2009), certains produits du tabac vendus en Suisse comportaient des mises en garde combinées, de sorte que déjà avant leur introduction obligatoire, des mises en garde graphiques étaient imprimées sur les paquets.

Les résultats sont exposés ci-après par trimestre. Outre les valeurs moyennes sur des échelles de réponses à quatre niveaux, la répartition des réponses est représentée en pourcentages.

2.4.2.1 Perception des mises en garde illustrées

Les fumeurs et les non-fumeurs de 14 à 65 ans ont été interrogés pour savoir s'ils avaient déjà vu une fois les mises en garde illustrées. Comme la figure 7 le montre, déjà avant leur introduction, la moitié des personnes interrogées ont répondu par l'affirmative (2^e trimestre 2009: 50%). Cela s'explique par le fait que ces images avaient déjà été discutées dans les médias (imprimés et en ligne) et que d'autres pays, comme l'Angleterre les avait déjà introduites (Schuler & Anderegg, 2009; <http://www.tobaccolabels.ca>). De plus, en Suisse, les premiers fabricants (American Spirit et Davidoff) avaient déjà imprimé ces mises en garde illustrée sur leurs produits du tabac en 2009.

Avec l'introduction des illustrations en Suisse, en janvier 2010, le nombre des personnes s'en souvenant a continuellement augmenté pour atteindre 76% au 4^e trimestre 2010.

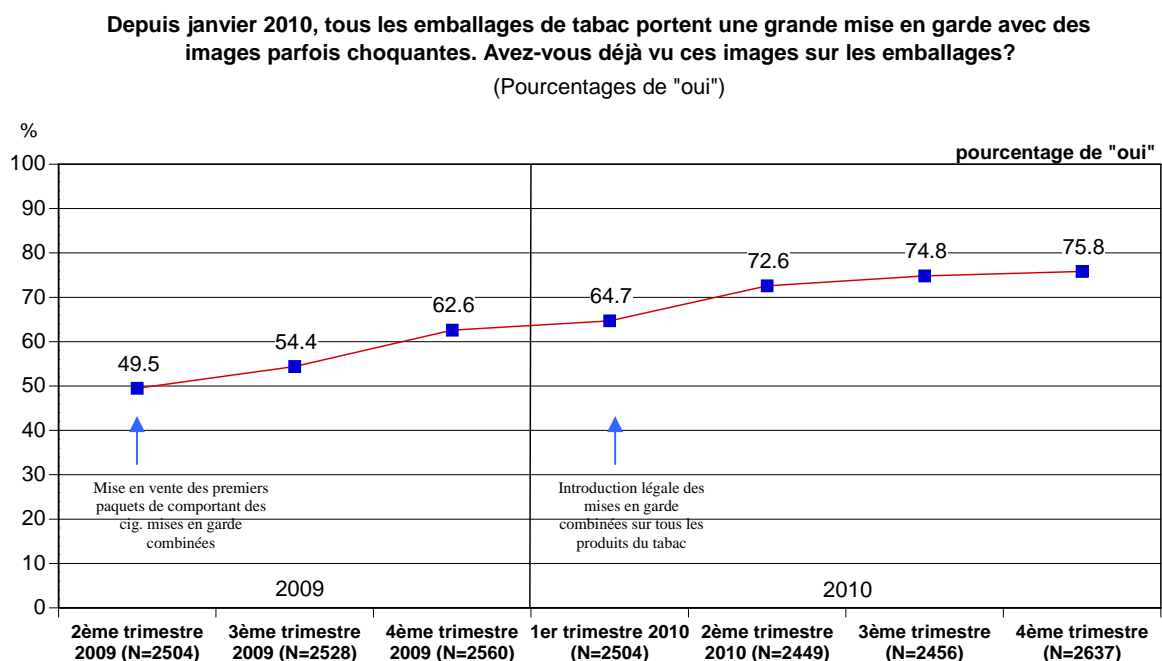


Figure 7: Perception des mises en garde graphiques par trimestre.

Si l'on fait une distinction en fonction du sexe ou du statut de fumeur, on s'aperçoit que, tous trimestres confondus, les fumeurs ont davantage remarqué les mises en garde graphiques que les non-fumeurs. De plus, le pourcentage des femmes qui rapportent avoir déjà une fois les images est plus faible que celui des hommes. Au cours du temps, cette différence s'estompe cependant. Si les données sont cumulées par année, il apparaît qu'en 2010 les fumeurs déclarent avoir vu plus souvent les mises en garde graphiques (90%) que les non-fumeurs (66%). Les analyses en fonction du sexe montraient une autre différence: 76% des hommes et 68% des femmes déclaraient avoir vu les mises en garde graphiques.

2.4.2.2 Opinion concernant l'ordonnance sur les mises en garde illustrées

Il a été également demandé aux personnes de 14 à 65 ans ce qu'elles pensaient des mises en garde de grand format avec parfois des images choquantes sur les conditionnements du tabac. Le tableau 4 montre les pourcentages des 14 à 65 ans par rapport à leur évaluation des images. Il apparaît que l'estimation de celles-ci s'est légèrement améliorée depuis l'introduction légale des mises en garde combinées: tandis qu'au 2^e trimestre 2009, 51% des personnes interrogées trouvaient l'introduction des images «plutôt bien» ou «très bien», ce pourcentage a augmenté à 61% au 4^e trimestre 2010. De plus, la proportion des personnes trouvant les mises en garde graphiques «pas bien du tout» a diminué.

Si l'on observe les valeurs moyennes, la population suisse estime dans l'ensemble que les images sont «plutôt bien» ($M = 2.8$, $SD = 1.1$; 4^e trimestre 2010).

Tableau 4: Répartition en pourcentages des réponses sur l'évaluation des mises en garde combinées, par trimestre.

Trimestre	Nombre de personnes interrogées		Que pensez-vous de cette obligation d'imprimer sur les emballages de tabac des grandes mises en gardes avec des images parfois choquantes?					Marge d'erreur statist. max.
	Entretiens effectivement menés	Base pondérée (=100%)	Très bien	Plutôt bien	Plutôt pas bien	Pas bien du tout	Ne sait pas/pas de réponse	
2/2009	2504	2504	24%	27%	23%	21%	5%	+/- 2%
3/2009	2528	2528	26%	29%	21%	20%	4%	+/- 2%
4/2009	2560	2560	27%	29%	20%	21%	3%	+/- 2%
1/2010	2504	2504	24%	30%	24%	19%	3%	+/- 2%
2/2010	2449	2449	28%	31%	17%	19%	5%	+/- 2%
3/2010	2456	2456	33%	32%	17%	16%	2%	+/- 2%
4/2010	2637	2637	30%	31%	19%	17%	3%	+/- 2%
2/2009-4/2010*	17638	17638	28%	31%	20%	19%	2%	+/- 1%

Remarque: *Valeurs cumulées sur tous les trimestres.

Si l'on considère les résultats en fonction du sexe, il n'apparaît guère de différence par rapport à l'évaluation des mises en garde graphiques. Quant au statut tabagique, il apparaît sur tous les trimestres que les non-fumeurs sont plus positifs sur l'introduction des illustrations que les fumeurs (cf. fig. 8).

Que pensez-vous de cette obligation d'imprimer sur les emballages de tabac des grandes mises en gardes avec des images parfois choquantes?

(Valeur moyennes du 2^{ème} trimestre 2009 au 4^{ème} trimestre 2010, fumeurs/ses et non-fumeurs/ses)

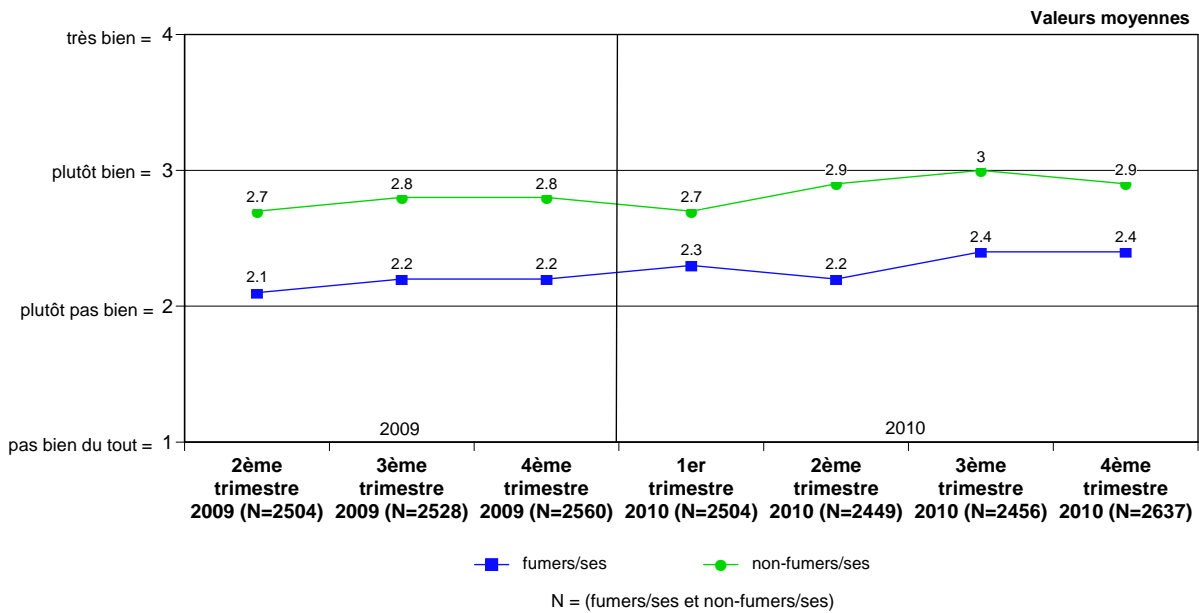


Figure 8: Evaluation des mises en garde graphiques par les non-fumeurs (SD = 1.1) et les fumeurs (SD =1.1), par trimestre.

Si l'on cumule les trimestres d'une année, une différence apparaît pour 2010 en fonction du statut de tabagique: les non-fumeurs déclarent plus souvent (66%) que les fumeurs (45%) qu'ils trouvent «plutôt bien» ou «très bien» les mises en garde graphiques. De plus, les fumeurs quotidiens les perçoivent nettement plus négativement que les fumeurs occasionnels: 33% des premiers les trouvent «pas bien du tout» alors que chez les seconds ce taux n'est que de 19%.

2.4.2.3 Mises en garde graphiques et motivation pour arrêter de fumer

Les non-fumeurs et les fumeurs devaient dire si les images incitaient les fumeurs à un sevrage tabagique. Les résultats sont exposés dans les tableaux 5 et 6. Généralement, il apparaît que les estimations ne varient guère d'un trimestre à l'autre.

23% des non-fumeurs ont répondu, au cours du 4^e trimestre 2010, à la question (A votre avis, ces images motiveront-elles les fumeurs, à cesser de fumer?) par «certainement vrai» ou «plutôt vrai», les hommes étant plus positifs que les femmes. 28% des non-fumeurs pensent que les mises en garde illustrées incitent à arrêter de fumer alors que ce pourcentage est de 23% chez les non-fumeuses.

Tableau 5: Opinion des **non-fumeurs**, par trimestre, sur la motivation d'un sevrage tabagique véhiculée par les images.

Trimestre	Nombre de personnes interrogées		Pensez-vous que ces images motiveront-elles les fumeurs, à cesser de fumer?					Marge d'erreur statist. max.
	Entretiens effectivement menés	Base pondérée (=100%)	Certainement vrai	Plutôt vrai	Plutôt pas vrai	Certainement pas vrai	Ne sait pas/pas de réponse	
2/2009	1909	1843	7%	23%	38%	29%	3%	+/- 2%
3/2009	1903	1800	8%	23%	38%	29%	2%	+/- 2%
4/2009	1858	1851	7%	21%	40%	30%	2%	+/- 2%
1/2010	1840	1841	6%	19%	42%	31%	2%	+/- 2%
2/2010	1805	1785	6%	19%	38%	33%	4%	+/- 2%
3/2010	1842	1785	6%	20%	42%	30%	2%	+/- 2%
4/2010	1984	1949	5%	18%	44%	31%	2%	+/- 2%
2/2009-4/2010*	13141	12854	6%	21%	40%	31%	2%	+/- 1%

Remarque : *Valeur cumulée sur tous les trimestres.

Tableau 6: Opinion des **fumeurs**, par trimestre, sur la motivation d'un sevrage tabagique véhiculée par les images.

Trimestre	Nombre de personnes interrogées		Ces images vous motiveront à cesser de fumer?					Marge d'erreur statist. max.
	Entretiens effectivement menés	Base pondérée (=100%)	Certainement vrai	Plutôt vrai	Plutôt pas vrai	Certainement pas vrai	Ne sait pas/pas de réponse	
2/2009	594	660	8%	16%	27%	45%	4%	+/- 4%
3/2009	625	728	10%	21%	24%	42%	3%	+/- 4%
4/2009	702	709	8%	18%	29%	44%	1%	+/- 4%
1/2010	664	663	7%	15%	25%	52%	1%	+/- 4%
2/2010	644	664	4%	15%	26%	54%	1%	+/- 4%
3/2010	614	671	6%	21%	25%	46%	2%	+/- 4%
4/2010	653	688	5%	18%	27%	49%	1%	+/- 4%
2/2009-4/2010*	4496	4783	7%	17%	26%	48%	2%	+/- 1%

Remarque : *Valeur cumulée sur tous les trimestres.

Les fumeurs devaient, eux aussi, estimer si les mises en garde graphiques les pouvaient les motiver pour arrêter de fumer (cf. tableau 6). Le résultat est similaire à ceux des non-fumeurs. 23% répondaient, au 4^e trimestre 2010, à la question par «certainement vrai» ou «plutôt vrai». Chez les fumeurs, il n'existe pas de différence en fonction du sexe. Cependant, les fumeurs occasionnels répondent plus souvent par «certainement vrai» ou «plutôt vrai» (28%) que les fumeurs quotidiens (22%).

2.4.2.4 Mises en garde graphiques et incitation à ne pas commencer à fumer

Il a été également demandé aux fumeurs et aux non-fumeurs s'ils pensaient que les images renforçaient leur décision de ne pas commencer à fumer. La figure 9 montre les résultats par trimestre.

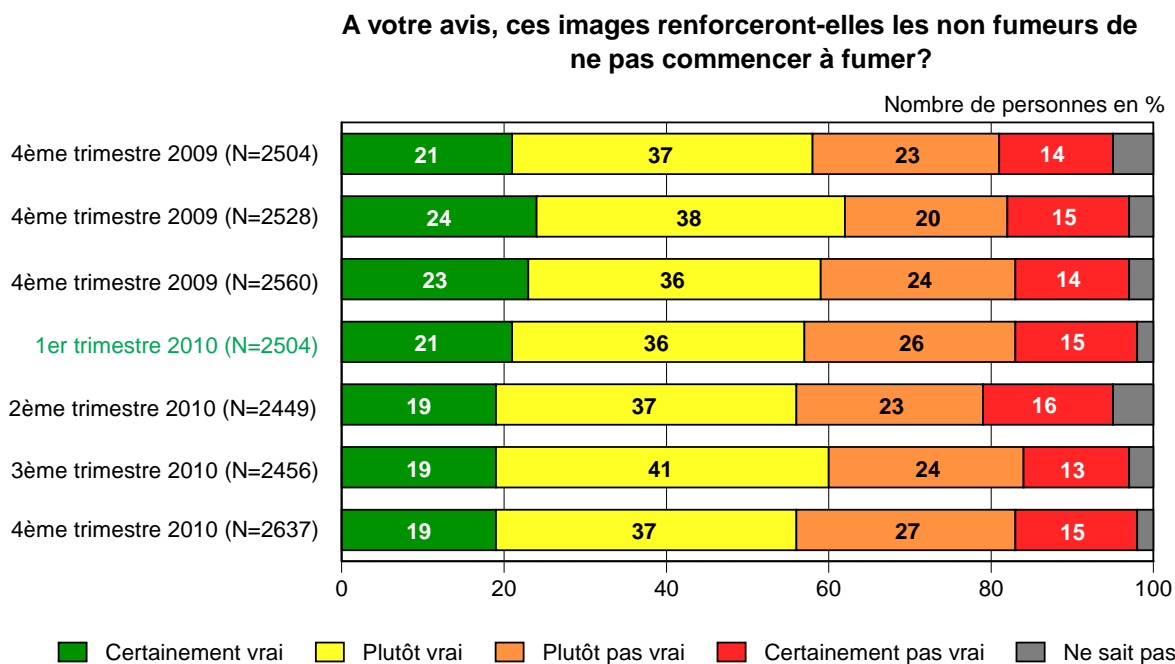


Figure 9: Répartition des réponses, en pourcentages, sur l'incitation des mises en garde combinées à ne pas commencer à fumer. Remarque: En vert: moment de l'introduction des mises en garde illustrées.

Aucune différence notable n'apparaît sur l'ensemble des trimestres. 56% estimaient, au 4^e trimestre 2010, que les images ne confortaient pas la décision des non-fumeurs de ne pas commencer à fumer et 42% le contraire.

3 Acceptation des augmentations de prix des paquets de cigarettes

3.1 Contexte

L'imposition plus élevée des produits du tabac fait partie des objectifs généraux poursuivis dans le cadre du Programme national tabac 2008–2012 afin de réduire efficacement le nombre des cas de maladie et des décès dus au tabagisme en Suisse, notamment chez les jeunes (BAG, 2008).

L'impôt sur le tabac peut être modifié par le Conseil fédéral par voie d'ordonnance. L'avant-dernière augmentation a eu lieu le 1^{er} mars 2009, la dernière le 1^{er} octobre 2010. Les fabricants, quant à eux, augmentent aussi régulièrement leurs prix. Le prix de vente de la sorte de cigarettes la mieux vendue est actuellement de 7 fr. 60. Au 3^e trimestre 2010 (phase 39 de l'enquête) il était encore de 7 fr. 20 et, en 2003, de 4 fr. 90. Dans le cadre du module complémentaire permanent, il a été demandé aux personnes interrogées chaque trimestre ce qu'elles pensaient d'une augmentation de l'impôt sur le tabac. Les résultats sont exposés ci-après.

3.2 Résultats

Enquête

Depuis le 2^e trimestre 2003 (phase 10 de l'enquête), l'approbation ou le refus d'une augmentation de prix des paquets de cigarettes a été relevé chez les 14 à 65 ans dans la population suisse. Comme les augmentations des prix des paquets de cigarettes ont lieu à des intervalles irréguliers, la question a été adaptée aux prix au moment de toutes les augmentations. Depuis le 3^e trimestre 2010 (phase 39 de l'enquête), la question était: «Au cours d'une année, le prix du paquet de cigarettes devrait être augmenté de 7 fr. 20 environ à 8 fr. 10. Veuillez nous dire si vous y êtes «très favorable» ou «assez favorable», «assez peu favorable» ou «pas du tout favorable».

Dans ce qui suit, seules les valeurs moyennes sont exposées, car dans les sept dernières années il n'y a guère eu de changement d'opinion au sein des catégories de réponses. Les résultats sont indiqués au total, selon le statut de tabagique et l'âge.

Globalement il apparaît qu'au 4^e trimestre 2010 (phase 40 de l'enquête), 36% des personnes de 14 à 65 ans interrogées (fumeurs et non-fumeurs) sont «très favorables» et 23% «assez favorables» à une augmentation du prix des cigarettes de 7 fr. 20 à 8 fr. 10. 13% y sont «assez peu favorables» et 22% «pas du tout». 6% n'ont pas pu se décider ou n'ont pas donné de réponse.

La figure 10 montre les valeurs moyennes de l'approbation d'une augmentation de l'impôt sur le tabac durant les derniers sept ans. Il convient de noter ici qu'en raison de l'adaptation

irrégulière du questionnaire aux augmentations de prix, la taille des échantillons et le moment où la question a été posée ont varié.

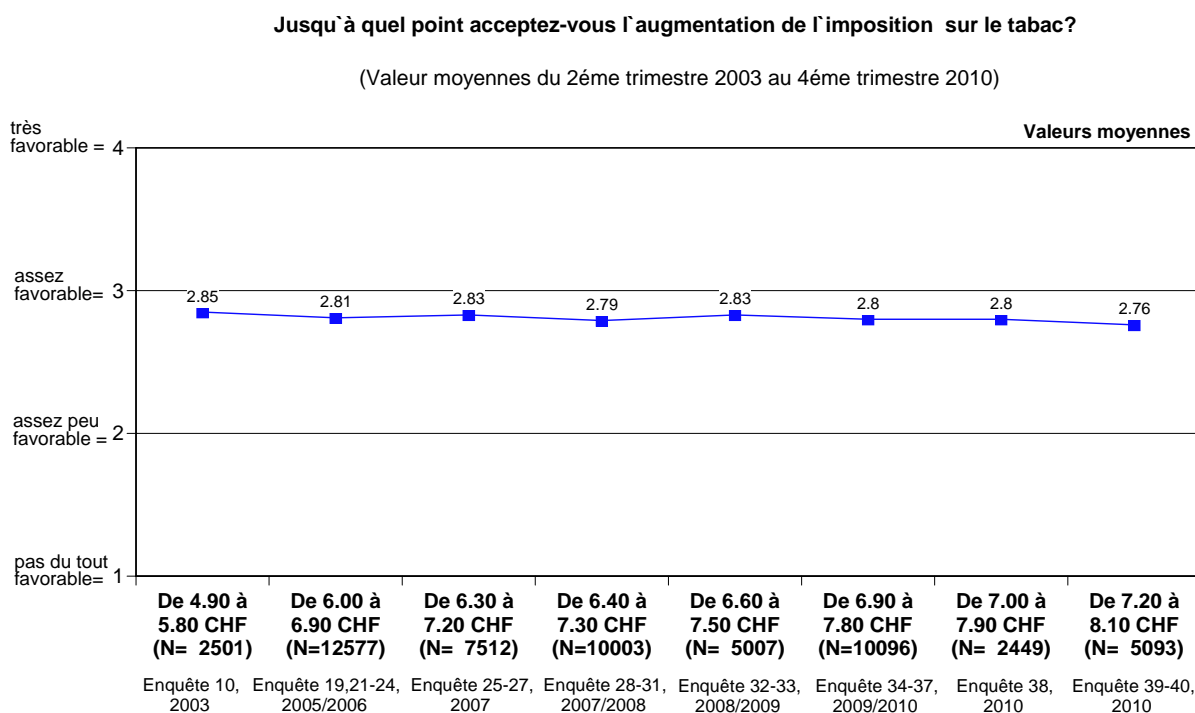


Figure 10: Avis des fumeurs et non-fumeurs concernant l'augmentation de l'imposition sur les cigarettes, valeur moyenne de 2003 à 2010.

Il apparaît que, depuis 2003, un changement concernant l'acceptation d'une augmentation de prix des paquets de cigarettes ne se dessine guère. Globalement, l'acceptation se situe à un niveau moyen à élevé.

Si l'on observe l'acceptation d'une augmentation de prix des paquets de cigarettes en fonction du statut de fumeur, on note que ceux qui n'ont jamais fumé présentent l'acceptation la plus élevée tandis que les fumeurs quotidiens sont ceux qui acceptent le moins une augmentation, suivis par les fumeurs occasionnels. Au cours du temps, là encore l'acceptation ou le refus d'une augmentation de prix sont quasiment stables (cf. figure 11).

Jusqu'à quel point acceptez-vous l'augmentation de l'imposition sur le tabac?

(Valeur moyennes de 2003 à 2010, en fonction le statut de fumeur/ses)

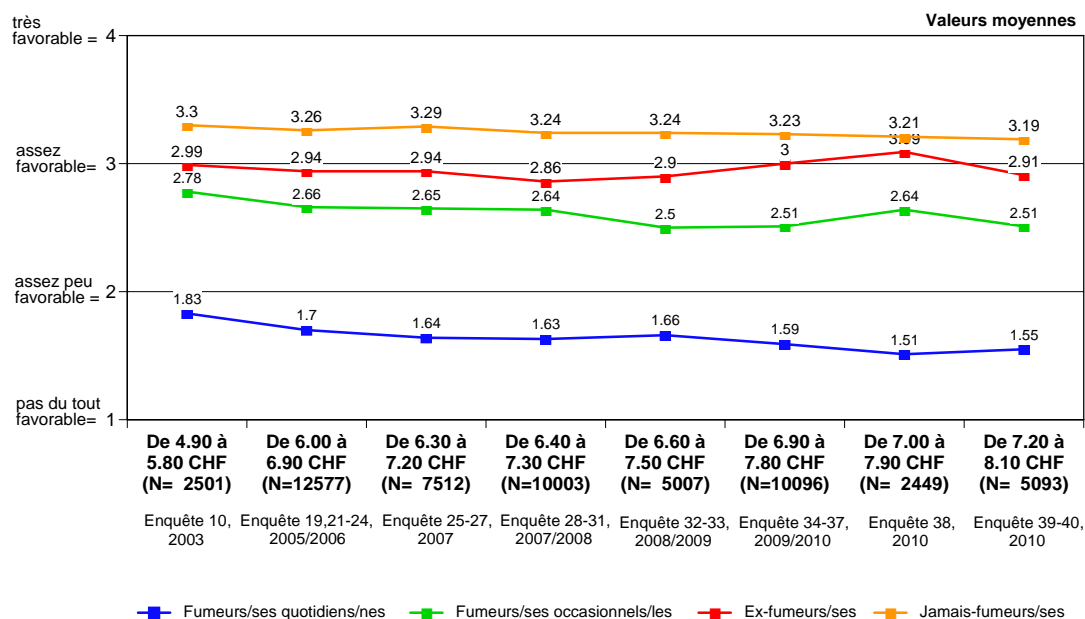


Figure 11: Avis de l'augmentation de l'imposition sur les cigarettes par des fumeurs quotidiens, des fumeurs occasionnels, des ex-fumeurs et des personnes n'ayant jamais fumé, valeurs moyennes de 2003 à 2010.

L'acceptation d'une augmentation de prix a été analysée en fonction de l'âge en plus du statut de fumeur. La figure 12 fait ressortir qu'il n'y a pas de différence significative selon l'âge sur cette question. Une tendance nette se dessine cependant: les jeunes consommant quotidiennement des cigarettes sont le plus sensibles à l'augmentation de prix et donc rejettent le plus fortement l'augmentation du tabac (cf. fig. 12).

Jusqu'à quel point acceptez-vous l'augmentation de l'imposition sur le tabac?

(Valeur moyennes cumulées de l'enquête 34 à 37 (2ème trimestre 2009 au 1er trimestre 2010), en fonction le statut fumeur/ses, N=10096)

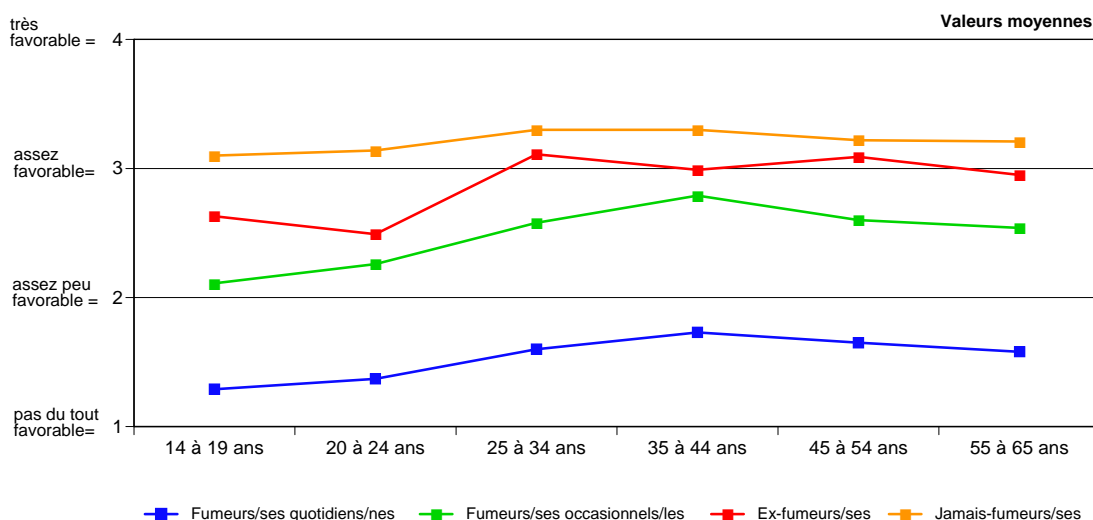


Figure 12: Avis de l'augmentation de l'imposition sur les cigarettes, selon l'âge et le statut de fumeur, valeurs moyennes cumulées du 2^e trimestre 2009 au 1^{er} trimestre 2010 (augmentation de 6 fr. 90 à 7 fr. 80)

Literatur

- BAG (N.d.). *Warnhinweise*. Verfügbar unter: <http://www.bag.admin.ch/themen/drogen/00041/00612/03652/index.html?lang=de>.
- BAG (N.d., b). *Verordnung des EDI über kombinierte Warnhinweise auf Tabakprodukten*. Verfügbar unter: <http://www.admin.ch/ch/d/sr/8/817.064.de.pdf>.
- BAG (2008). *Nationales Programm Tabak 2008-2012*. Verfügbar unter: <http://www.bag.admin.ch/themen/drogen/00041/00613/index.html?lang=de>.
- Borland, R., Wilson, N., Fong, G. T., Hammond, D., Cummings, K. M., Yong, H.-H., ...McNeill, A. (2009). Impact of graphic and text warnings on cigarette packs: findings from four countries over five years. *Tobacco Control*, 18, 358-364.
- Christiansen, G., Stander, V. & Töppich, J. (2004). *Die Drogenaffinität Jugendlicher in der Bundesrepublik Deutschland 2004, Teilband Rauchen*. Köln: Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung.
- Devlin, E., Anderson, S., Hastings, G. & Macfadyen, L. (2005). Targeting smokers via tobacco product labelling: opportunities and challenges for Pan European health promotion. *Health Promotion International*, 20, 41 – 49.
- Eidgenössisches Departement des Inneren (2008). *Verordnung des EDI über kombinierte Warnhinweise auf Tabakprodukten*. Verfügbar unter: <http://www.admin.ch/ch/d/sr/8/817.064.de.pdf>
- Hammond, D. (2011). Health warning messages on tobacco products: a review. *Tobacco Control*, 20, 327-337.
- Hammond, D., Fong, G. T., Borland, R., Cummings, K. M., McNeill, A. & Driezen, P. (2007). Text and Graphic Warnings on Cigarette Packages. Findings from the International Tobacco Control Four Country Study. *American Journal of Preventive Medicine*, 32, 202-209.
- Hammond, D., Fong, G. T., McDonald, P. W., Brown, K. S. & Cameron, R. (2004). Graphic Canadian Cigarette Warning Labels and Adverse Outcomes: Evidence from Canadian Smokers. *American Journal of Public Health*, 94(8), 1442-1445.
- Hammond, D., Fong, G. T., McDonald, P. W., Cameron, R. & Browns, K. S. (2003). Impact of the graphic Canadian warning labels on adult smoking behaviour. *Tobacco Control*, 12, 391-395.
- Hammond, D., Fong, G. T., McNeill, A., Borland, R. & Cummings, K. M. (2006). Effectiveness of cigarette warning labels in informing smokers about the risks of smoking: findings from the International Tobacco Control (ITC) Four Country Survey. *Tobacco Control*, 15, 19-25.
- Hastings, G. & MacFadyen, L. (2002) Controversies in tobacco control: the limitations of fear messages. *Tobacco Control*, 11, 73e5.
- Keller, R., Radtke, T., Krebs, H. & Hornung, R. (2011). *Der Tabakkonsum der Schweizer Wohnbevölkerung in den Jahren 2001 bis 2010. Tabakmonitoring – Schweizerische Umfrage zum Tabakkonsum*. Zürich: Psychologisches Institut der Universität Zürich, Sozial- und Gesundheitspsychologie.
- Koval, J. J., Aubut, J. L., Pederson, L. L., O’Hegarty, M. & Chan, S. (2005). The Potential Effectiveness of Warning Labels on Cigarette Packages. *Canadian Journal of Public Health*, 96, 353 – 356.

- Krebs, H. (2009). *Nationale Rauchstopplinie 0848 000 181. Die beratenen Personen und ihre Rauchstoppversuche (Befragungen 2006-2008)*. Verfügbar unter http://www.bag.admin.ch/tabak_praevention/00879/00886/03585/index.html?lang=de
- Peterson, L. E. & Lieder, F. (2006). Die Effektivität von schriftlichen und graphischen Warnhinweisen auf Zigaretenschachteln. *Zeitschrift für Sozialpsychologie*, 37, 245-258.
- Schuler, T. & Anderegg, M. (2009). Von der Vorschrift zum Vorbild: Farbfotografien als Warnhinweise im Tabakrecht. *LeGes*, 2, 255-256.
- Schweizerischer Bundesrat (2009). *Verordnung über Tabakerzeugnisse und Raucherwaren mit Tabakersatzstoffen (Tabakverordnung, TabV)*. Verfügbar unter <http://www.admin.ch/ch/d/sr/8/817.06.de.pdf>
- Trasher, J. F., Villalobos, V., Szklo, A., Fong, G. T., Pérez, C. Sebríe, E., ...Bianco, E. (2010). Assessing the impact of cigarette package health warning labels: a cross-country comparison in Brazil, Uruguay and Mexico. *Salud Publica Mex*, 52, suppl 2, 206-215.
- White, V., Webster, B. & Wakefield, M. (2008). Do graphic health warning labels have an impact on adolescents' smoking-related beliefs and behaviours? *Addiction*, 103, 1562-1571.
- Willemsen, M. C. (2005). The new EU cigarette health warnings benefit smokers who want to quit the habit: results from the Dutch Continuous Survey of Smoking Habits. *European Journal of Public Health*, 15, 389-392.

Enquête suisse sur le tabagisme (monitorage sur le tabac)

Depuis son origine, en 2001, le monitorage sur le tabac a été réalisé par l'Institut de psychologie de l'université de Zurich, département de psychologie sociale et de la santé (Pr Rainer Hornung, Roger Keller et Theda Radtke) ainsi que par Hans Krebs, Kommunikation und Publikumsforschung, Zurich. Les données ont été collectées par l'institut LINK (recherche marketing et sociale). Le monitorage sur le tabac a été développé et mis en application sur mandat de l'Office fédéral de la santé publique (OFSP). Il a été financé depuis 2004 par le fonds de prévention du tabagisme.

Le monitorage tabac a recensé, de manière permanente et représentative, la consommation de tabac chez les personnes de 14 à 65 ans domiciliées en Suisse. Depuis janvier 2001, 2 500 personnes ont été interrogées chaque trimestre par téléphone; on obtenait ainsi un échantillon de 10 000 personnes chaque année.

Le Monitorage tabac est constitué d'un module de base et de plusieurs modules supplémentaires. Le module de base a recueilli chaque trimestre les données principales relatives à la consommation de tabac. Les questions du module de base pouvaient être complétées par des blocs de questions supplémentaires (p. ex., le module supplémentaire sur les conseils médicaux aux fumeurs ou celui sur les jeunes) pendant un ou plusieurs trimestres.

L'échantillonnage était réalisé à l'aide de la méthode à deux étapes « random-random » et le sondage était effectué au moyen d'interviews téléphoniques entièrement standardisés en français, en allemand et en italien. Afin de disposer de suffisamment de personnes pour l'analyse des jeunes, des jeunes adultes, des femmes enceintes et des mères d'enfants en bas âge, nous procédions à un oversampling (surreprésentation dans l'échantillonnage) des tranches d'âges de 14 à 24 ans pour les hommes et de 14 à 45 ans pour les femmes. On a veillé également à avoir une surreprésentation de la Suisse romande et italophone pour s'assurer que toutes les régions linguistiques soient suffisamment représentées. Les 2 500 entretiens trimestriels se répartissaient en moyenne ainsi: 1 426 entretiens en Suisse alémanique, 711 en Suisse romande et 363 au Tessin.

Les données ont été ensuite pondérées afin de corriger les distorsions causées par l'échantillon et d'obtenir une représentation correcte des rapports existant dans la population suisse.

Les collectes de données pour le Monitorage se sont terminées au quatrième trimestre de 2010. Le recensement des habitudes de consommation de tabac se fait depuis janvier 2011 par le monitorage national des dépendances, qui prépare également les données relatives à l'usage problématique d'autres substances addictives (alcool, cannabis, médicaments, etc.) et les dépendances plus abstraites (comme la cyberdépendance).

Vous trouverez de plus amples informations sur le site Internet www.tabakmonitoring.ch.