



La lettre du Collège de France

Hors-série 3 | 2010
Le Tabac

Entretien avec Maurice Tubiana

Maurice Tubiana et Marc Kirsch



Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/lettre-cdf/293>
DOI : 10.4000/lettre-cdf.293
ISBN : 978-2-7226-0096-6
ISSN : 2109-9219

Éditeur

Collège de France

Édition imprimée

Date de publication : 1 février 2010
Pagination : 64-73
ISSN : 1628-2329

Référence électronique

Maurice Tubiana et Marc Kirsch, « Entretien avec Maurice Tubiana », *La lettre du Collège de France* [En ligne], Hors-série 3 | 2010, mis en ligne le 24 juin 2010, consulté le 17 août 2022. URL : <http://journals.openedition.org/lettre-cdf/293> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/lettre-cdf.293>

Tous droits réservés



Maurice Tubiana

Cancérologue, professeur émérite à l'université Paris-Sud Orsay

Comment l'État est-il passé d'une position dictée par la raison économique ou le marché – position relativement innocente tant qu'on ne connaissait pas l'ampleur des dégâts causés par le tabac – à la défense de la raison sanitaire ?

Pour le comprendre, il faut revenir sur l'histoire de la lutte contre le tabac. En ce qui me concerne, je suis cancérologue. Dans les années 1960, je me suis spécialisé dans le traitement du cancer du poumon. À l'institut Gustave Roussy – où j'ai fait toute ma carrière – nous avons essayé quatre ou cinq nouvelles méthodes de traitement. En vain : échec total ou gain minime par rapport au nombre de malades. Nous augmentions de quelques points le taux de survie, mais il restait ridiculement faible. Je suis alors arrivé à l'idée que la seule manière de lutter contre le cancer du poumon était de lutter contre le tabac. On savait en effet depuis 1950, grâce à Austin Bradford Hill et Richard Peto, que le tabac est à l'origine du cancer du poumon. En 1975, j'ai été nommé président de la Commission du cancer au ministère de la Santé. La ministre était M^{me} Simone Veil. Nous nous sommes mis d'accord pour lancer un « plan cancer » – les plans cancer étaient déjà très à la mode. La Commission du cancer a été chargée de préparer ce plan. J'ai choisi de faire de la lutte contre le tabac la priorité. À l'époque, la quasi-totalité des Français – et en particulier la quasi-totalité du corps médical – pensait que la volonté de fumer était un acte individuel, dans lequel ni le médecin, ni l'État, n'avaient à s'immiscer. J'ai soutenu la thèse contraire : fumer n'est pas un acte individuel, c'est le produit de la publicité et de la manipulation de l'opinion par la publicité, donc

nous avons tout à fait le droit d'informer et au contraire nous serions très coupables si nous n'informions pas.

Pour la petite histoire, M^{me} Veil fumait beaucoup à cette époque. Spontanément, ce sujet lui déplaisait, mais elle a le sens du bien public et après des discussions parfois difficiles, elle a pris cette décision, ajoutant avec beaucoup de panache qu'elle ne fumerait plus jamais en public, ce qu'elle a fait.

Quand la loi Veil est entrée en vigueur, elle a arrêté l'augmentation de consommation du tabac – mais ne l'a pas fait baisser. En revanche, elle a eu un effet très profond sur l'opinion publique grâce aux campagnes d'information et en particulier celles qui s'adressaient aux médecins. À l'époque, les médecins défendaient à 80 % la position : « on ne s'occupe pas du tabac » ; 10 ans plus tard ils étaient 80 % à dire « il faut agir contre le tabac ». Il s'est produit un véritable renversement de l'opinion publique, qui a permis et même favorisé la préparation de la loi Évin.



Timbre de 1980, réalisé d'après une affiche de l'OMS.

Au moment de la campagne présidentielle de 1987-1988, avec quatre collègues médecins – les Prs Dubois, Got, Grémy, Hirsch –, nous avons pris l'initiative d'envoyer aux candidats un questionnaire sur leur position vis-à-vis du tabac. François Mitterrand briguait son second mandat. Je savais

qu'il n'était pas fumeur et qu'il n'aimait pas le tabac, et de fait, il nous a renvoyé une réponse très positive : « si je suis réélu, je lutterai contre le tabac ». Après sa réélection, nous lui avons rappelé sa promesse et il nous a adressés à Claude Évin, avec lequel nous avons commencé à préparer ce qui allait devenir la loi Évin. Celle-ci était courageuse. Par exemple, l'interdiction de fumer dans les transports en commun était une révolution. À l'époque, la plupart des gens pensait que les fumeurs n'accepteraient jamais de renoncer à fumer dans le métro, les autobus et les trains. Nous avons lancé des enquêtes d'opinion et nous nous sommes aperçus que le public était massivement favorable à des mesures très dures contre le tabac. C'est dans les avions que le changement a été le plus spectaculaire. Air France et Air Inter étaient sceptiques. Dans un premier temps, sur Air France les vols courts étaient non fumeurs tandis que les vols longs, vers les États-Unis ou le Japon, conservaient des places fumeurs. Au bout de quelques années, les places fumeurs ont disparu : il était devenu manifeste que même sur des vols de plus de dix heures, les gens l'acceptaient parfaitement. En réalité, dans la plupart des cas, les gens étaient heureux qu'on leur interdise de fumer pendant douze heures. Le fumeur sait très bien qu'il se fait du mal. Il n'arrive pas à s'arrêter et il voudrait qu'on le débarrasse de la cigarette. C'est tragique.

De ce point de vue, l'État a joué un rôle ambigu : à la fois pourvoyeur, et désormais pourfendeur du tabac.

Il y a au sein de l'État des intérêts divergents, qui se reflètent dans l'attitude des différents ministères. D'un côté, on trouve un ministère qui a constamment défendu le tabac, avec véhémence : c'est le ministère des Finances. Le prix du tabac a régulièrement diminué en France de 1950 à 1975. Pourquoi ? Parce que le tabac était inclus dans l'indice des prix. Pour éviter l'inflation, la rue de Rivoli – le ministère des Finances n'était pas encore à Bercy – était opposée à l'augmentation du prix du tabac, demandée alors par l'industrie du tabac. De ce fait, le nombre d'heures de travail nécessaires pour acheter un paquet de cigarettes a considérablement diminué, ce qui a conduit à une augmentation rapide de la consommation. Le premier effet de la loi Veil a été de stabiliser la situation et d'imposer sa position au mi-

nistère des Finances, au cours de séances souvent agitées. Le ministère des Finances campait sur ses positions, le ministère de la Santé demandait d'augmenter le prix du tabac. La décision remontait souvent au Premier Ministre ou au Président de la République. François Mitterrand, non-fumeur, avait sur ce point une attitude constructive – comme d'ailleurs avant lui Valéry Giscard d'Estaing. On a pu imposer à Bercy de maintenir constant le prix du tabac, c'est-à-dire de l'augmenter en fonction de l'inflation. La loi Évin a permis d'aller plus loin. L'article le plus important de cette loi, et le plus contesté, est celui qui retirait le tabac du « panier de la ménagère », référence pour le calcul de l'indice des prix. L'Insee s'y opposait : cela faussait la représentativité de l'indice. Finalement, le Conseil constitutionnel, saisi de cette question, a admis l'idée qu'on pouvait sortir du panier de la ménagère un produit, quand celui-ci était néfaste pour la santé.

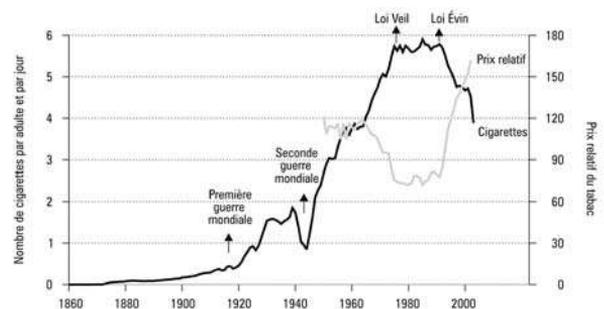
C'est donc à la suite d'une décision juridique que la raison sanitaire l'a emporté sur la raison économique ?

Les juristes l'ont emporté contre Bercy. Il a fallu d'abord un vote au Parlement et ensuite un avis du Conseil constitutionnel. Mais bien entendu, c'était au départ un choix politique. Aujourd'hui encore, Bercy n'est pas favorable à l'augmentation du prix du tabac.

Parce que les rentrées fiscales baissent si la consommation baisse ? La balance entre les coûts de santé publique et les rentrées

Évolution du nombre de cigarettes vendues par adulte et par jour et évolution du prix relatif

Le prix relatif tient compte de l'augmentation de l'indice des prix.



Source : Hill C., Laplanche A., *Histoire de la consommation de tabac en France*. Institut Gustave Roussy, rapport technique, Villejuif, La Documentation française, 2003.

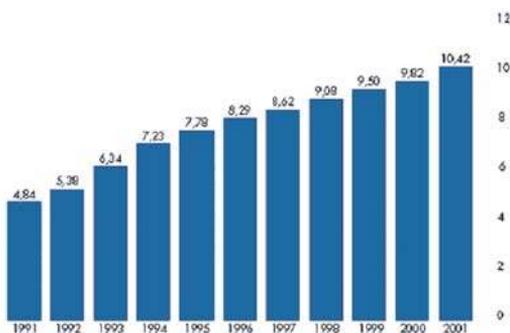
financières a-t-elle une incidence ? Quels sont les termes du problème, entre la limitation des dépenses de santé lié au tabagisme et les coûts liés à l'allongement de la durée de la vie ⁽¹⁾ ?

C'est une affaire complexe, et il faut prendre en compte de nombreux facteurs. Par exemple, il ne faut pas oublier que la Seita a été pendant des décennies un refuge de choix pour de nombreux anciens inspecteurs des Finances, ce qui a créé des liens assez profonds. Au-delà de ces aspects contingents, le raisonnement n'est vraisemblablement pas le même chez tout le monde.

L'un des arguments du ministère des Finances est que le tabac est une source très importante de revenus qu'à terme nous allons faire disparaître en luttant contre le tabac : il faut donc trouver comment la remplacer. Par ailleurs, du point de vue des dépenses de santé, la lutte contre le tabac est difficile à évaluer : on gagne sur le cancer, mais la prolongation de l'espérance de vie va induire d'autres coûts. Notre argument était que le tabac fait mourir des gens jeunes, actifs, dynamiques, et que leur perte est un préjudice important pour la société, bien au-delà des aspects purement économiques. Globalement la lutte contre le tabac est donc positive, mais il faut reconnaître qu'elle ne rapporte pas d'argent et qu'à terme, elle va faire disparaître une source de revenus pour l'État. Mais pour l'instant, depuis 1975 et 1990, les taxes provenant du tabac ont massivement augmenté. Nous avons œuvré pour le budget.

Recettes des taxes sur le tabac
1991-2001
(en milliards d'euros)

Source : Centre de documentation et information sur le tabac



1. Sur ce point, voir encadré p. 96. Cf. *L'Économie mondiale du tabac. Un choix d'étude de cas*, Organisation des Nations Unies par l'alimentation et l'agriculture, Rome 2004.

Le choix est d'autant plus douloureux que la perte de revenu serait immédiate, tandis que les économies de santé seraient différées dans l'avenir.

Oui, mais cela ne se passe pas comme ça, la baisse de la consommation est lente et l'amélioration sur la santé en résulte après un délai d'une quinzaine d'années si l'on s'arrête de fumer

Mon expérience, après trente-quatre ans de lutte contre le tabac et d'activité dans les cabinets ministériels, est que le rôle du Premier Ministre et du Président de la République sont très importants. La question du prix du tabac est symbolique. Elle traduit une conception de l'État et de la société.

Est-ce que l'orientation politique a une incidence sur cette question ?

Non. Je m'en tiendrai à des exemples du passé, mais ils seraient transposables aujourd'hui. Sous la présidence de François Mitterrand, l'un de ses ministres de la Santé m'a convoqué dans son bureau, alors que j'étais président de la Commission du cancer, pour me demander d'arrêter la lutte contre le tabac et l'alcool, qui privait les travailleurs d'un de leurs rares plaisirs. Quelques mois plus tard, j'étais démis de mes fonctions de président de la Commission du cancer. Trois ans plus tard, le cabinet a changé, ainsi que le ministre de la Santé, et cette fois, on m'a convoqué pour me dire : « je suis décidé à faire une lutte intense contre le tabac ». Le changement était radical, mais c'était le même Président de la République. C'est moins une question d'opinion politique qu'une question de personnalité.

Difficile, dans ces conditions, d'avoir une ligne politique stable...

C'est en effet un motif de préoccupation, dans la mesure où nous sommes actuellement dans une situation dramatique en ce qui concerne la lutte contre le tabac. La France est le pays du monde où le tabagisme est le plus répandu chez les femmes enceintes et l'un des pays où les jeunes fument le plus : c'est un très mauvais bilan. Nous demandons au gouvernement d'avoir le courage de prendre les mesures nécessaires.

Dans le rapport sur le tabagisme que vous avez coordonné en 2009 à la demande de la Direction générale de la santé⁽²⁾, vous expliquez que l'essentiel de la stratégie actuelle de lutte contre le tabac consiste à débanaliser le tabac. La lutte contre la publicité déguisée pour le tabac en est un exemple : il s'agit de défaire une image du fumeur, et de modifier la représentation de l'acte de fumer comme un acte librement choisi. En réalité, cette liberté, souvent revendiquée par les opposants aux campagnes anti-tabac, a été construite petit à petit par des incitations à l'usage du tabac qui sont le fait à la fois des industriels et de l'État – en particulier dans le cas de la France. C'est un des points essentiels de notre rapport. N'oublions pas qu'on a longtemps distribué gratuitement du tabac aux soldats. Pendant la guerre de 14-18, on en donnait aux Poilus, et quand j'ai été mobilisé en 1939, on nous fournissait du tabac gratuitement.

Une circonstance parfaite pour créer de l'addiction précisément chez les hommes jeunes...

En 1939, les jeunes commençaient à fumer pendant le service militaire parce qu'on leur offrait les cigarettes. À l'époque, la cigarette était assez coûteuse. Je la compare volontiers au champagne : elle avait à la fois le coût et le prestige du champagne. Donc les classes populaires fumaient peu de cigarettes. Fumer la pipe était moins coûteux, mais la cigarette était une marque d'élégance : c'était le luxe, et cette association s'est malheureusement perpétuée. Une fois introduites dans l'inconscient collectif, les idées mettent très longtemps à disparaître. C'est contre ces images qu'il faut lutter.



DR

Votre rapport préconise de présenter le fumeur comme une personne faible et dépendante,

d'en donner une représentation négative et plutôt culpabilisante. Les fumeurs ne vont-ils pas refuser ce retournement de leur image et se mobiliser contre ce qu'ils percevront comme une croisade moraliste et hygiéniste ? Les réactions seront moins négatives que vous ne le pensez car l'époque du fumeur glorieux est dépassée. 80 % des fumeurs rêvent de s'arrêter et beaucoup essaient d'y parvenir, avec plus ou moins de succès selon leur degré de dépendance. Il faut bien comprendre que le fumeur n'est pas un avocat du tabac, le fumeur est une victime du tabac. Les grandes enquêtes d'opinion menées en France à la fin des années 1980 ont montré que le vœu le plus cher des fumeurs était que leurs enfants ne fument pas. C'est pourquoi ils ont approuvé massivement l'augmentation du prix du tabac et l'interdiction de fumer en public. Ces deux mesures n'ont pas été impopulaires : au contraire, elles ont été pratiquement imposées par l'opinion publique.

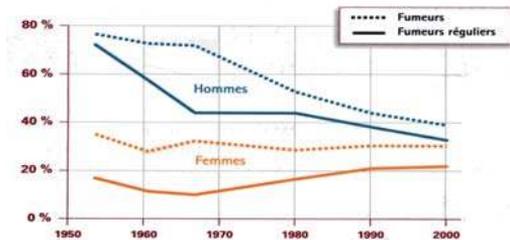
Votre rapport indique qu'en France, la seule mesure efficace de lutte contre le tabac est l'augmentation du prix des cigarettes. Or ce n'est pas forcément le cas dans d'autres pays. Comment expliquez-vous cette situation ?

L'augmentation du prix des cigarettes a été en effet la seule disposition efficace, mais elle a été rendue possible par le changement d'état d'esprit. Je suppose qu'il faut attribuer cela à des facteurs culturels et à l'hédonisme des Français. En France, le culte du plaisir est très puissant. C'est très apparent par comparaison avec un pays comme la Suède. Schématiquement, la Suède est un pays luthérien, où tout ce qui n'est pas bien est un péché, où le comportement est fondé sur la responsabilité individuelle devant Dieu. La France est au contraire un pays catholique – où si l'on se confesse, tout est permis – avec une culture affichée du plaisir, lequel est plus important que tout. Donc la recherche du plaisir l'emporte sur la recherche de la santé. Celui qui recherche la santé ou qui veut en faire une priorité apparaît aussitôt comme moraliste et donneur de leçons. C'est cet état d'esprit que l'industrie du tabac a exploité avec habileté depuis le début du XX^e siècle.

2. Consultable sur le site internet de l'Académie de médecine à l'adresse suivante : http://www.academie-medecine.fr/sites_thematiques/tabac/TUBIANA_RAPP_25mai_2009_TABAC.htm

Il serait naïf de croire que certaines idées ou attitudes – le prestige du tabac, l'idée que les mesures anti-tabac sont liberticides, que les dangers sont exagérés par les pouvoirs publics, etc. – sont spontanées. Elles sont le fruit d'une image bâtie et entretenue à grands frais par l'industrie du tabac.

Evolution de la proportion de fumeurs et de fumeurs réguliers en France de 1950 à 2000



Source : Hill C., Laplanche A., *Histoire de la consommation de tabac en France*. Institut Gustave Roussy, rapport technique, Villejuif, La Documentation française, 2003.

Le cas du tabagisme féminin est très impressionnant. Jusque vers 1968, date hautement symbolique, le tabagisme féminin est quasi nul. En 1968, il explose. On est évidemment tenté de relier ce phénomène aux événements de 1968. Pas du tout. C'est l'exploitation des événements de 1968 par l'industrie du tabac. Elle a perçu le changement de génération : 1968, c'est l'arrivée à l'âge d'étudiant ou d'adulte des enfants du baby-boom. Cette génération a été élevée dans un contexte de refus des interdits et des tabous. On a vu s'exprimer alors d'abord ce besoin de liberté et de remise en cause des hiérarchies sociales qui sont à l'origine de 1968, mais aussi un état d'esprit que résume le slogan « sous les pavés la plage » : la recherche du plaisir et sa déification. Il était facile alors de donner à ceux qui luttèrent contre l'alcool ou contre le tabac l'image de vieux ringards moralisateurs. L'industrie du tabac a exploité ce grand changement. Les filles ont voulu bousculer les rapports entre les sexes, elles étaient prêtes à fumer pour montrer leur émancipation. Les cigaretteurs ont alors lancé une grande campagne pour faire passer l'idée que la liberté, c'est le tabac. Et encore aujourd'hui, l'argument principal que les filles invoquent pour défendre leur tabagisme, c'est l'égalisation des sexes.

Votre rapport note qu'aujourd'hui, chez les hommes, avoir un niveau d'études élevé

conduit plutôt à fumer moins, tandis que chez les femmes, c'est le contraire. Peut-être parce qu'elles ressentent davantage le traitement inégalitaire dont elles font l'objet dans la société, il semble qu'elles aient tendance à « viriliser » leur comportement, et le tabac est associé à cette virilisation.

Oui, mais les enquêtes soulignent également un autre point : plus les parents sont permissifs, plus les enfants fument. Or les parents les plus libéraux et permissifs sont souvent des gens instruits, qui pensent que leur enfant est suffisamment intelligent et autonome pour prendre des décisions par lui-même. Le marketing du tabac sait tirer parti de ces failles. En réalité, les enfants et les préadolescents ont besoin d'être guidés. L'attitude des parents a une grande importance.

Comment lutter contre cet adversaire ? Peut-on espérer trouver une solution scientifique et pharmacologique ? Il semble que pour l'instant il n'y ait pas de bon substitut à la cigarette hormis la nicotine administrée sous d'autres formes, moins nocives...

... mais qui produisent un autre esclavage. L'expérience montre que, pour lutter contre le tabac, il faut changer l'opinion que le public a du tabac. Il faut dénormaliser le tabac, c'est la seule voie possible. Tant qu'il y aura des médecins qui fument et qui fument devant leurs malades, tant qu'il y aura des infirmières et des sages-femmes qui fument, tant que des hommes politiques se feront photographier une cigarette à la main, tant qu'on laissera des films être de véritables bandes publicitaires en faveur de la cigarette montrer des tabagies intenses dans tous les milieux, on continuera à fumer.

En France, le donneur de conseils en matière de santé est un empêchement de tourner en rond. Le plaisir est roi, l'hédonisme est plus noble que de se préoccuper de sa santé. Il y a d'autres exemples. Le discours gastronomique a tendance à vanter les produits « pur beurre » ou « au bon lait entier », comme si c'était une garantie de la qualité du produit. Dans beaucoup de pays européens, ce fait est perçu négativement. En Angleterre, en Allemagne ou en Suède, les magasins et les restaurants proposent des aliments et des



Sylvester Stallone
28 avril 1983

Mr. Bob Kovoloff
ASSOCIATED FILM PROMOTION
10100 Santa Monica Blvd.
Los Angeles, CA 90067

Cher Bob,

Comme convenu, je garantis que j'utiliserai les produits du tabac de Brown et Williamson dans au moins cinq de mes films.

J'ai bien compris que Brown et Williamson me versera un droit de 500 000 \$.

Meilleures salutations

Sylvester Stallone

L'industrie du tabac utilise le cinéma et les acteurs comme moyen de promotion.
Un exemple de placement de produit (*Product placement*) : lettre de Sylvester Stallone à Brown & Williamson

menus pauvres en matières en grasses, recommandés pour la santé. L'étiquetage des produits alimentaires indique leur teneur en calories, en matières grasses, notamment en matières grasses saturées nocives pour la santé. En France, nous n'avons pas réussi à imposer ces mesures. J'y vois deux raisons fondamentales. La première, c'est que l'opinion publique ne le demande pas : les gens sont heureux de manger des produits « pur beurre », même au prix d'un risque accru de maladies cardiovasculaires et de cancer. La seconde raison est que les sociétés agroalimentaires opposent une résistance aussi vigoureuse que celle de l'industrie du tabac. De grandes multinationales du secteur alimentaire ont menacé de fermer des usines en France si on imposait un étiquetage informatif, parce qu'elles craignent une baisse des ventes et redoutent d'être contraintes de remplacer dans leurs produits les graisses bon marché par des matières grasses saturées, moins nocives mais plus coûteuses. En effet, beaucoup de grosses sociétés agroalimentaires ont abaissé leurs prix de revient en remplaçant les graisses non saturées par des graisses végétales saturées, beaucoup moins chères, sans que personne ne s'en aperçoive, en

l'absence d'étiquetage. De la même manière, certains fabricants salent davantage leurs produits, ce qui augmente leur teneur en eau, donc leur poids – ainsi que les marges bénéficiaires – au détriment de la santé.

Le fait que la communauté scientifique et médicale ne parvienne pas à imposer un étiquetage indiquant la teneur en calories, en graisses, en graisses saturées et en sel témoigne du pouvoir considérable des lobbies, dans le domaine agroalimentaire comme dans celui du tabac et du faible niveau d'information du public.

La question du tabac a donné lieu à beaucoup de manipulations et de nombreux livres ont rapporté les pressions et les tentatives de corruption qui ont visé le monde politique et le monde scientifique, notamment aux États-Unis, mais les mœurs ne sont pas très différentes en Europe.

L'histoire de la lutte contre le tabac a montré qu'il est possible de corrompre des médecins et des scientifiques – bien sûr, le plus souvent avec toutes les allures d'une collaboration de bon aloi. Mais comment interpréter ces invitations fastueuses et répétées de scientifiques et de médecins ? Quand vous êtes invité à dîner dans un grand restaurant parisien, faut-il y voir seulement le désir désintéressé de rendre hommage à vos travaux ? Quand vous êtes invité à un congrès dans un lieu de prestige ou de villégiature, et convié à faire une communication, tous vos frais et ceux de votre conjoint étant pris en charge gracieusement, et qu'on vous dit « c'est un honneur que vous nous faites en venant à ce congrès », comment ne pas comprendre que vous êtes instrumentalisés ? Pas directement, bien sûr : vous ne subissez aucune pression, on ne vous dicte pas vos discours. Mais vous servez à montrer que les sociétés qui ont financé le congrès participent à la vie sociale et sont intégrées et utiles. Vous servez leur image. Bien sûr, les scientifiques ou les médecins ne sont pas seuls en cause : les politiques aussi sont concernés.

On a beau jeu de se rassurer en se disant qu'on est resté parfaitement libre de ses propos, et d'y voir la preuve qu'on n'a pas voulu exercer de pression sur vous. C'est au contraire la preuve

qu'on veut vous utiliser. L'industrie du tabac n'est pas la seule à employer ce genre de méthode. Celles de l'alcool et de l'industrie pharmaceutique le font à une échelle plus grande encore. Il n'y aurait plus de congrès médicaux si on empêchait les sociétés de produits pharmaceutiques d'offrir des voyages gratuits. Or les congrès médicaux sont très utiles, et l'État ne prend pas en charge ces voyages scientifiques. On a fini par s'accommoder de ces collusions. Il faut les dénoncer.

Quelle est en fin de compte la stratégie de l'industrie du tabac et comment la contrer ?

L'industrie du tabac s'efforce d'être présente, de montrer qu'elle fait partie de la société et qu'elle y joue un rôle utile. En France, quand elle subventionne l'Institut du cerveau, elle ne le fait pas pour influencer cet institut. L'objectif est surtout de montrer que le sponsor est un mécène qui participe au financement car il fait partie de ce monde professionnel. Le but est de se réintroduire dans la société.

C'est pourquoi l'un des points essentiels de la convention-cadre mise en place par l'Organisation mondiale de la santé est de couper cette possibilité pour cesser de faire le jeu d'une industrie qui a fait abondamment la preuve de ses capacités de manipulation. L'OMS considère que l'industrie du tabac ne doit pas être autorisée à participer à la vie sociale : si l'on veut lutter efficacement contre elle, elle doit en être exclue. Les gouvernements français ont eu tendance à fermer les yeux sur les subventions fournies par l'industrie du tabac à différents types d'activité, oubliant que la France a signé la convention-cadre de l'OMS qui le lui interdit. Cette convention va plus loin : elle demande que toutes les personnes qui ont un rôle dans la vie publique signent un engagement sur l'honneur disant qu'ils n'ont aucun engagement avec l'industrie du tabac. Tant que cette mesure ne sera pas adoptée, la publicité déguisée continuera.

Quelle est l'image du tabac que cherche à promouvoir cette publicité indirecte ?

Tout l'effort de l'industrie du tabac est de renfor-

cer l'idée que le tabac, comme l'alcool, comme les bons repas, font partie de la joie de vivre et de la convivialité ordinaire. Ces thèmes trouvent un écho certain auprès des gens. Mais cette image inoffensive et séduisante qui se voudrait ancrée dans une tradition culturelle est en réalité soigneusement construite et entretenue. L'intérêt de l'industrie du tabac consiste à tenir un discours du type : « le tabac ce n'est pas bon pour la santé, mais un bon repas ne l'est pas toujours non plus : de temps en temps il faut savoir faire des choses qui ne sont pas bonnes pour la santé, et si le peuple français est un peuple aussi civilisé, cultivé et brillant, c'est justement parce qu'il sait, à l'occasion, mettre entre parenthèses ce qui est bon ou non pour la santé ». Il s'agit de créer une connivence, une complicité, en présentant comme une évidence un discours qui mêle une certaine reconnaissance de la nocivité du tabac et qui la masque aussitôt en la rendant anodine, en invoquant un hédonisme bien tempéré, qui flatte la défense d'un art de vivre sachant garder la mesure – une sorte de libéralisme responsable dans la gestion des plaisirs. Quoi de plus réconfortant que de s'entendre dire qu'il n'y a pas de mal à se faire du bien. Donc le tabac, c'est le plaisir. Comme me le disait le ministre que j'évoquais tout à l'heure, « vous n'avez pas le droit de priver les gens du plaisir ». Le plaisir est un argument très convaincant. Et même si nous savons que c'est un plaisir construit, induit par des manipulations et des images imposées par un marketing sophistiqué, c'est néanmoins un plaisir et un élément de convivialité solidement installé, et il est difficile d'aller à contre-courant – mais c'est nécessaire.

C'est une manière d'exploiter la représentation qu'une société a d'elle-même, jusque dans son goût pour les petites transgressions – fumer étant perçu comme une affirmation de la liberté de l'individu, même lorsque, en réalité, le droit de fumer est la norme.

Oui. Il y a un écart entre la manière dont le fumeur se représente son comportement et la réalité sociologique de ce comportement. Cela renforce encore la portée des recherches réalisées à Framingham⁽³⁾ et dont je parle dans le rapport.

3. Framingham est le nom d'une ville du Massachussetts qui est le cadre d'une étude épidémiologique sur les maladies cardiovasculaires, poursuivie depuis 1948. Cf. encadré p. 74.

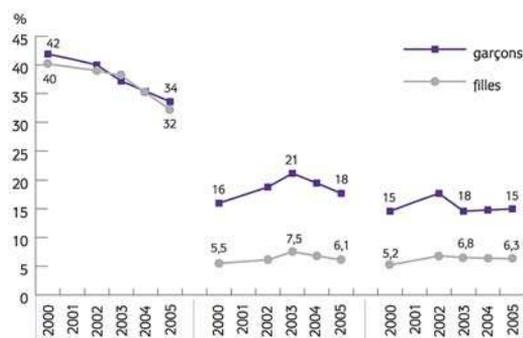
Cette étude montre que commencer à fumer ou s'arrêter de fumer n'est pas un phénomène individuel, mais un phénomène collectif. Un jeune ne décide pas par lui-même de commencer à fumer : il le fait parce que d'autres fument dans sa classe, et qu'il est sensible à un message, explicite ou non, qui revient à dire « si tu étais un homme, tu fumerais ». C'est une sorte de rite d'intégration – ou d'émancipation dans le cas des filles. De même, on s'arrête rarement seul : c'est tout le groupe qui s'arrête de fumer. Si vous vivez au milieu de gens qui fument, que vos amis sont fumeurs, il est beaucoup plus difficile de s'arrêter, parce que la cigarette fait partie de votre vie sociale. Celui qui veut s'arrêter se met à l'écart de son groupe et se trouve socialement isolé. Notre stratégie doit donc être au contraire d'isoler le fumeur.

L'objectif est sans doute de montrer que cette image inoffensive et anodine, liée au caractère licite et banalisé du produit, est fallacieuse : ce sont des produits dangereux pour la santé, et dont l'usage n'est jamais anodin dans la mesure où il est susceptible d'entraîner une forte addiction, qui semble en contradiction avec l'idée d'un possible usage raisonnable et non abusif. Est-ce la même stratégie qui a conduit à assimiler le tabac et l'alcool aux drogues et aux autres substances psychoactives comme les médicaments psychotropes ? Depuis la fin des années 1990, la Mission interministérielle de lutte contre les drogues et les toxicomanies (MILDT) a élargi ses compétences au tabac et à l'alcool. Cette action s'appuyait sans doute sur un avis du Comité national d'éthique en 1994 et sur le rapport sur la dangerosité des drogues de M. Bernard Roques, en 1998, qui présentent des orientations assez convergentes. Y avait-il une part politique dans ces convergences ? La Mission interministérielle de lutte contre les drogues et les toxicomanies dépend du Premier Ministre. Ce n'est pas un organisme scientifiquement indépendant : il est soumis à des pressions politiques. S'il se trouve, par exemple, que le Premier

Ministre est moins sensible à la lutte contre les addictions qu'au projet de dépénaliser l'usage du cannabis avec l'idée de mettre en place une taxation qui bénéficierait à l'État plutôt que de laisser les mafias s'enrichir par le trafic, la MILDT devient inévitablement un instrument au service de cette politique. En soi, l'idée de dépénaliser le cannabis et de le mettre en vente libre avec des taxes comme pour le tabac ou pour l'alcool n'était pas indéfendable, mais sa mise en œuvre a été maladroite : en effet, pour qu'il devienne envisageable de dépénaliser le cannabis, on a minimisé ses effets nocifs.

Sans doute, il faut distinguer les intentions et les résultats. Le rapport Roques s'en tient à des faits scientifiques qui sont exacts, c'est-à-dire que l'addiction produite par le cannabis est moins forte que l'addiction à l'alcool ou au tabac. Mais dire cela dans un rapport officiel sans prendre toutes les précautions et sans insister sur le fait que le cannabis, même s'il n'est pas aussi addictogène que le tabac, est tout de même extrêmement dangereux a eu des conséquences catastrophiques. Tous les grands journaux ont repris ces passages, diffusant l'idée que le cannabis est beaucoup moins dangereux que le tabac. Un Premier Ministre⁽⁴⁾ s'est même hasardé à relativiser les dangers du cannabis. L'idée est au-

Usage régulier de tabac, d'alcool et de cannabis par sexe, à 17 ans, 2000-2005 (en %)



Source : Hill C., Laplanche A., *Histoire de la consommation de tabac en France*. Institut Gustave Roussy, rapport technique, Villejuif, La Documentation française, 2003.

4. Cf. *Le Monde* du 29 septembre 2003 : « Dans une réponse écrite à des questions de l'AFP, Lionel Jospin a estimé que "fumer un joint chez soi est certainement moins dangereux que boire de l'alcool avant de conduire, pour soi et aussi pour autrui" tout en se déclarant opposé à "une dépénalisation du cannabis". »

aujourd'hui très ancrée dans le public. J'ai reçu récemment une lettre me demandant comment on pouvait utiliser le cannabis, tenu pour un produit bénin, sans être obligé de le mélanger à du tabac qui est un produit terrible. Alors que le cannabis est beaucoup plus dangereux que le tabac sur le plan cancérigène !

Grossièrement, la thèse de la Mildt était la suivante : puisque ce produit n'est pas plus dangereux que le tabac et l'alcool, traitons le cannabis de la même manière que le tabac et l'alcool. À l'Académie de médecine, nous avons une position radicalement contraire. Nous nous sommes donc opposés à la Mildt. Le débat a pris un tour polémique, et on a présenté la position de l'Académie de médecine comme une attitude rétrograde. Par la suite, la Mildt a révisé sa politique et s'est publiquement excusée, mais le mal était fait. Ainsi la France, qui était en 1990 l'un des pays d'Europe où l'on consommait le moins de cannabis est devenue, dix ans plus tard, le pays où l'on consomme le plus de cannabis avec la République tchèque. Cette consommation est essentiellement le fait des jeunes et à l'heure actuelle, l'association tabac-cannabis est devenue plus fréquente que l'association tabac-alcool, le plus fréquent hélas, étant l'association des trois.

L'Académie considère qu'il vaut mieux traiter l'alcool et le tabac comme le cannabis, et les interdire ?

En tout cas, nous considérons que le cannabis est particulièrement dangereux, et qu'il est aussi peu souhaitable d'en autoriser le commerce qu'il le serait d'autoriser aujourd'hui le commerce du tabac, si dans une fiction abolissant le passé on imaginait que la question soit posée de nos jours. Bien sûr, pour le tabac, les jeux sont faits, et on ne peut plus l'interdire, l'expérience sombre de la prohibition aux États-Unis ayant montré qu'une interdiction pouvait être plus nocive encore que la substance elle-même. Aussi, partant du principe qu'on ne peut pas prohiber un produit qui est devenu légal et que le cannabis est extrêmement dangereux notamment pour la conduite automobile, puisque c'est la seconde cause d'accidents après l'alcool, nous avons pensé qu'on ne devait pas dépénaliser le cannabis. En effet, d'une part cela faciliterait l'accès à ce produit pour les jeunes et d'autre part, cela lui



donnerait une image banale, ce qui serait dangereux et contreproductif, au moment où toute notre tactique de lutte contre le tabac consiste à le débanaliser.

D'où l'intérêt de la lutte contre le tabagisme passif, qui met en avant la dimension collective et la responsabilité du fumeur vis-à-vis des autres. Mais la question a donné lieu à controverse. L'industrie du tabac a réagi à cette nouvelle mise en cause de la cigarette. Avez-vous perçu ces résistances ?

La question du tabagisme passif a donné lieu à quelques épisodes édifiants. De 1985 à 1994, j'ai été président de l'Action européenne contre le cancer – une idée de François Mitterrand. Lorsque, en 1992 ou 93, le thème du tabagisme passif s'est développé, nous avons commencé à évoquer sa nocivité et engagé une action, avec l'idée d'attirer l'attention des gens sur les méfaits du tabagisme passif et d'interdire la publicité pour le tabac dans toute l'Europe. Les marchands de tabac se sont alors opposés à nous, mais en sous-main. Ils ne sont pas intervenus eux-mêmes : ils ont laissé les médias le faire pour eux. En effet, les grandes marques de tabac étaient les plus gros annonceurs dans les médias, et leur rapportaient beaucoup d'argent. Vers 1993 ou 1994, les représentants des médias, menés par le directeur du Figaro de l'époque, ont envahi le bureau de Jacques Delors, qui était alors président de la Commission européenne à Bruxelles, pour le sommer de mettre un terme à cette campagne. J'avais rendez-vous ce jour-là avec Jacques Delors : à mon arrivée, j'aperçois dans le bureau une quarantaine de per-

sonnes très agitées, injuriant M. Delors, l'accusant de vouloir la mort des journaux et des médias, et le menaçant. Jacques Delors n'a pas cédé mais il a été par la suite la cible d'une campagne médiatique assez violente, qui lui a fait beaucoup de mal. L'épisode montre le pouvoir de l'industrie du tabac, qui était alors le plus gros commerce international immédiatement après le pétrole...

L'un des arguments qui circulent pour décrédibiliser les campagnes contre le tabagisme passif consiste à dire que ces campagnes sont destinées à culpabiliser les fumeurs et à les stigmatiser en raison du risque qu'ils font courir aux non fumeurs exposés à la fumée, mais qu'en réalité il s'agit d'une manipulation et que ce danger est largement exagéré.

L'idée que le tabagisme passif est nocif a été introduite par un Japonais, Hirayama, en dehors de toute intervention venue d'un pays occidental. Hirayama (Cf. p. 123) a publié le premier article démontrant la nocivité du tabagisme passif, suscitant ensuite une floraison de travaux qui l'ont confirmé. Ce n'est donc pas une idée venue d'un État ou d'une organisation de lutte contre le cancer ou contre la cigarette : il s'agissait d'une recherche scientifique indépendante et désintéressée. La manipulation n'est pas du côté de ceux qui s'attaquent au tabagisme passif : ses dangers sont établis. Elle est du côté de l'industrie du tabac. La manœuvre est grossière, mais efficace. Ce type de manipulation était déjà courant au XIX^e siècle. Un exemple fameux est celui du tout-à-l'égout de Paris. Vers 1860, pour supprimer le déversement des eaux ménagères dans les caniveaux au milieu des rues, on projette de réaliser à Paris un tout-à-l'égout, comme à Londres et à Stockholm. L'annonce suscite aussitôt dans la capitale de violentes manifestations réunissant jusqu'à 30 ou 40 000 personnes. Les opposants au projet prétendent qu'il conduirait à une accumulation de matières fécales et de germes dans les sous-sols de Paris, créant une pollution insupportable. Sollicité, Pasteur refuse d'intervenir, pour éviter une polémique qui le gênerait dans ses combats sur la vaccination. Les ingénieurs doivent donc défendre leur projet sans l'appui du corps médical. Finalement, les effets du tout-à-l'égout sur la santé des habitants de Londres et de Stockholm se révèlent tellement positifs qu'on se décide à réali-

ser le projet. Quelques années plus tard, lorsque la municipalité de Paris ouvre ses archives, on apprend que toute cette agitation avait été financée par les vidangeurs – corporation puissante directement menacée par la construction des égouts.

Il y a bien d'autres exemples. La campagne contre l'atterrissage du Concorde à New York dans les années 1960 est sans doute l'un des plus célèbres. Boeing avait renoncé à son projet de supersonique, mais ne souhaitait pas que d'autres s'emparent de ce marché. Il y a donc eu une énorme campagne développant l'argument suivant : les avions supersoniques détruisent la couche d'ozone, ce qui conduit à l'augmentation du rayonnement ultraviolet arrivant au sol, et provoquera une épidémie de cancers. Des ligues se sont formées, des New Yorkais s'enchaînent sur l'aéroport de La Guardia pour empêcher l'atterrissage du Concorde. British Airways et Air France sont obligés de renoncer aux vols à destination de New York et se rabattent sur Washington, destination moins rentable. Au bout d'un an, Boeing se rendant compte que le Concorde est un échec économique à cause du prix du kérosène, la campagne cesse. Et six mois plus tard, le Concorde atterrit à New York dans l'indifférence générale.

De la même façon, une industrie aussi puissante que celle du tabac a les moyens de manipuler l'opinion. J'en donnerai un exemple. Pour détourner l'attention du tabac, elle a lancé en 1980 aux États-Unis une campagne disant que la majorité des cancers du poumon étaient dus à la pollution atmosphérique et non au tabac, alors que 90 % des cancers du poumon sont dus au tabac. Il y a quelques temps, j'ai déconseillé à un jeune garçon de commencer de fumer. Il m'a répondu : « le vrai danger est la pollution, pourquoi me priver d'un plaisir puisqu'il y a la pollution ». Trente ans après, le mensonge continuait à être diffusé. Les fabricants de cigarettes ont à leur disposition un grand nombre de psychologues et de sociologues. Les stratégies et les arguments sont soigneusement discutés et muris par des centaines d'experts. Pour eux, les enjeux se chiffrent en milliards d'euros. ■