



Une étude démontre que les capsules d'arôme sont trompeuses et renforcent l'attractivité des produits du tabac

Rubrique : actualités - Date : mardi 2 juin 2015

Une étude démontre que les capsules d'arôme sont trompeuses et renforcent l'attractivité des produits du tabac

Depuis quelques années, l'industrie du tabac lance des cigarettes à capsule d'arôme sur de nombreux marchés. Leur place importante et croissante a même été soulignée dans ses rapports. Une étude récente publiée dans le journal Tobacco Control a examiné la consommation chez l'adulte et la perception des cigarettes dont le filtre est doté d'une capsule d'arôme. Les auteurs de l'étude ont recueilli des données entre 2012 et 2014 par le biais d'enquêtes trimestrielles en ligne interrogeant 5 723 fumeurs adultes au Mexique, 5 864 fumeurs adultes en Australie et 6 865 fumeurs adultes aux États-Unis. Cette étude révèle non seulement une hausse de la consommation des cigarettes à capsule d'arôme mais aussi que de nombreux fumeurs les considèrent comme plus élégantes et moins nocives que les cigarettes traditionnelles.

Les résultats de l'étude " La consommation de cigarettes à capsule d'arôme a augmenté entre 2012 et 2014 : o de 6 à 14 pourcents au Mexique, où les capsules d'arôme ont été introduites en 2011 ; o de 1 à 3 pourcents en Australie, où les capsules d'arôme ont été introduites en 2012. " La préférence pour les marques avec capsules d'arôme était plus prononcée parmi les jeunes adultes de tous les pays. Les marques à bas prix proposant des capsules d'arôme (uniquement disponibles au Mexique) étaient également populaires chez les fumeurs plus âgés. " Comparé aux consommateurs de marques traditionnelles, les fumeurs marquant une préférence pour les marques avec capsules d'arôme percevaient leur variété de cigarettes comme plus attrayante (tous les pays), de meilleur goût (tous les pays) et présentant moins de risques que les autres marques (Mexique et États-Unis). Messages forts " L'utilisation d'arômes (additifs) et d'innovations en matière de produits du tabac, comme les capsules mentholées, renforce l'attractivité des produits du tabac, notamment chez les jeunes, et favorise la dépendance. " L'utilisation d'additifs et de la technologie de filtre est trompeuse pour les consommateurs. En effet, elle les incite à croire que les cigarettes à capsule sont moins nocives que les cigarettes traditionnelles. " La hausse de la consommation de cigarettes à capsule d'arôme révèle un besoin urgent de réglementation efficace des produits comme le demandent les articles 9 et 10 de la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac.

Citation complète : Thrasher JF, Abad-Vivero EN, Moodie C, et al. « Cigarette brands with flavour capsules in the filter : trends in use and brand perceptions among smokers in the USA, Mexico and Australia, 2012 2014 » première publication en ligne : 27 avril 2015 doi:10.1136/tobaccocontrol-2014-052064 **Lien vers l'étude [en anglais uniquement]** : <http://tobaccocontrol.bmj.com/conte...> **Autres ressources** : Si vous souhaitez obtenir une fiche d'information sur les additifs des produits du tabac en [arabe, chinois, anglais, français, portugais, russe, espagnol], consultez la page Web suivante : <http://global.tobaccofreekids.org/f...>

Pour toute question concernant cette étude, les ressources ou la façon dont vous pouvez les utiliser dans le cadre de vos efforts de lutte antitabac, n'hésitez pas à contacter globalresearch@tobaccofreekids.org

***** Campaign for Tobacco-Free Kids 1400 Eye Street, NW, Suite 1200 Washington, DC 20005 (202) 296-5469 (202) 296-5427 fax www.global.tobaccofreekids.org

e étude démontre que les capsules d'arôme sont trompeuses et renforcent l'attractivité des produits du t

www.tobaccofreekids.org