

Menthol – Un an après, où en est-on ?

Introduction

En France, l'interdiction de vente des cigarettes et du tabac à rouler au menthol s'applique depuis le 20 mai 2020, au même titre que dans l'ensemble des pays de l'Union européenne (UE). Une interdiction à l'échelle de l'UE de la vente de cigarettes aromatisées avait été introduite en [mai 2016](#). Cette disposition, s'inscrivant dans le cadre de la [directive européenne sur les produits du tabac](#) (DPT) de 2014, prévoyait un délai pour la transposition dans les différents états membres, de deux ans pour les arômes, et de six ans pour le menthol. Ainsi, une différence a d'emblée été introduite pour les produits mentholés : alors que les détaillants de tabac avaient deux ans pour vendre leurs stocks de produits aromatisés et les fabricants pour s'adapter au marché, cette période d'écoulement et d'adaptation concernant les produits au menthol a été prolongée de quatre ans.

Cette directive présente cependant d'importantes failles juridiques. En effet, l'interdiction ne concerne en réalité que les produits du tabac contenant une concentration de menthol susceptible de leur conférer un « arôme caractérisant » au moment de leur consommation. De plus, les autres produits du tabac et de la nicotine (tabac chauffé, cigarettes électroniques) et les produits dérivés du tabac, vendus séparément (filtres contenant des capsules au menthol, papier aromatisé, etc) ne sont pas concernés par l'interdiction. L'industrie du tabac s'est fortement opposée à cette mesure avant et pendant son interdiction à travers plusieurs stratégies documentées dans ce dossier. Si elle n'est pas parvenue à empêcher totalement la disposition lors des négociations, elle en a toutefois limité la portée, et retardé l'entrée en vigueur.

Le délai octroyé à l'industrie du tabac et la limitation de l'interdiction aux cigarettes et tabacs à rouler a ainsi permis à l'industrie de développer librement la promotion de ses nouveaux produits, particulièrement le tabac chauffé et ses produits du vapotage avec la récupération d'une partie de la clientèle dépendante au tabac mentholé. Un an après l'interdiction, 7 alternatives légales aux cigarettes mentholées, faisant l'objet de stratégies marketing agressives, ont été recensées dans les pays de l'Union européenne. Des données collectées auprès des membres européens de la coalition Smokefree Partnership ont permis de faire un état des lieux des produits mentholés disponibles au sein de 11 pays de l'UE.

La France n'échappe pas à ces contournements de la part de l'industrie, où six des sept alternatives sont en vente et ont été au cœur des stratégies marketing de l'industrie depuis un an. Ces contournements ont été suivis à travers des observatoires mensuels sur les lieux de vente, dans la presse professionnelle et en ligne sur les sites internet des fabricants et les réseaux sociaux. Il a été constaté que l'industrie a renforcé sa communication autour de ses nouveaux produits comme le tabac chauffé (IQOS du fabricant Philip Morris) et ses marques de vapotage qui offrent toujours des saveurs mentholées. Les cigarillos mentholés et les autres marques de cigarettes présentant des résidus de menthol, exemptés de l'interdiction, ont également été présentés comme des alternatives aux anciennes marques de cigarettes mentholées dans les débits de tabac et par les buralistes.

La présence d'un grand nombre d'alternatives permet à l'industrie du tabac de préserver ses parts de marché, mais surtout de réduire l'efficacité de cette mesure de santé publique. Une récente étude a d'ailleurs indiqué que l'introduction de cigarillos mentholés semblables à des cigarettes au Royaume-Uni aide les grandes sociétés de tabac à contourner les mesures de santé publique restrictives visant à réduire le tabagisme. Ces produits vendus à des prix bien plus abordables que les cigarettes

traditionnelles (souvent la moitié d'un paquet de cigarettes) renforcent leur attrait pour les consommateurs, en particulier pour les fumeurs les plus précaires et les jeunes. Il n'y a pas encore de données disponibles à ce sujet en France, mais les cigarillos mentholés semblables à des cigarettes sont vendus à des prix similaires (5€ contre 10€ pour un paquet de cigarettes).

POINTS A RETENIR

- Le menthol dans les produits du tabac et du vapotage permet d'obtenir une sensation rafraîchissante et anesthésiante, masquant les effets irritants, notamment de la fumée de tabac ;
- Les fumeurs de menthol sont plus dépendants que les fumeurs de tabac non-mentholé ;
- Le menthol est utilisé par l'industrie du tabac comme outil marketing depuis des décennies pour cibler les jeunes, les femmes ou encore certaines catégories ethniques comme les afro-américains ;
- L'interdiction du menthol est efficace : une récente étude canadienne a montré que les fumeurs de menthol étaient beaucoup plus susceptibles que les autres fumeurs d'essayer d'arrêter après l'interdiction du menthol ;
- En France, l'interdiction du menthol s'applique depuis le 20 mai 2020, au même titre que dans l'ensemble des pays de l'Union européenne (UE). Cette interdiction concerne cependant uniquement les cigarettes manufacturées et le tabac à rouler ;
- La Confédération européenne des détaillants de tabac (CEDT), coprésidée par Philip Coy, a adressé un courrier à la Direction générale de la santé de la Commission européenne, afin d'obtenir un délai supplémentaire avant la mise en place de l'interdiction de vente de cigarettes et de tabac à rouler mentholés ;
- Un an après l'entrée en vigueur de cette interdiction, les fabricants de tabac ont mis en place un dispositif de contournement de la mesure : ils ont mis sur le marché des produits à base de menthol et exploitent l'ambivalence sémantique de la notion d'arôme « caractérisant » ;
- Les nouveaux produits (tabac chauffé, vapotage) offrant des arômes mentholés, les cigarillos mentholés et les autres marques de cigarettes qui présentent des résidus de menthol sont les produits du tabac qu'on retrouve le plus dans les pays de l'UE comme alternatives ;
- Les nouvelles marques de cigarettes de Japan Tobacco International (Camel & Winston Fresh), sont toutes les deux dans le top 50 des marques les plus vendues en France ;
- Les fabricants de tabac utilisent les buralistes comme prescripteurs et ambassadeurs de leurs produits ;
- L'industrie du tabac a profité de l'interdiction du menthol pour faire la promotion active de ses nouveaux produits (vapotage et tabac chauffé) sous couvert d'un discours relatif à la « réduction des risques » ;
- Avec l'Allemagne, la Belgique et l'Espagne, la France est l'un des pays de l'UE qui offre le plus d'alternatives mentholées ;
- Le maintien voire le développement d'alternatives de produits mentholés contribuent à maintenir l'épidémie tabagique. Ils tendent à faire perdurer la croyance en l'existence de produits « plus sains » et à accroître les portes d'entrée dans une forte addiction.

Sommaire

I. Enjeux de l'interdiction du menthol dans les cigarettes	4
1. Qu'est-ce que le menthol ?	4
a. Un produit d'origine naturelle largement répandu	4
b. Le menthol dans le tabac	4
2. Les effets physiologiques sur la santé	5
a. Un outil d'initiation	5
b. Un vecteur supplémentaire d'addiction	5
3. Le menthol, pierre angulaire de l'industrie du tabac	6
a. Un des premiers outils de « réduction des risques »	6
b. Les femmes, premières cibles de l'industrie du tabac	7
c. L'afro-américanisation du menthol : un succès marketing, un désastre sanitaire	8
d. Le menthol comme produit d'appel : le ciblage des jeunes générations.....	11
4. L'efficacité de l'interdiction du menthol : l'exemple Canadien	12
5. L'enjeu de la composition des produits du tabac	13
II. Evaluation de la disposition en vigueur	14
1. Etats des lieux de la mesure	14
2. Les stratégies de l'industrie pour contourner la mesure	16
a. Pressions sur les décideurs européens lors du processus de de révision	16
b. L'utilisation de groupes de façade	17
c. Les recours en justice.....	17
d. L'exagération des coûts potentiels et le démenti des bénéfiques	18
e. Les référendums et les vastes campagnes de désinformation	19
3. Les contournements mis en place dans l'UE depuis l'interdiction	20
a. La situation dans l'Union Européenne	20
b. Focus : la situation en France.....	24
c. Irlande et Royaume-Uni	34
III. Conclusion	36

I. Enjeux de l'interdiction du menthol dans les cigarettes

1. Qu'est-ce que le menthol ?

a. Un produit d'origine naturelle largement répandu

Le menthol est le principal constituant de l'huile essentielle de menthe. Naturellement présent dans les plantes mentholées, il est produit industriellement à travers le monde par centaines de tonnes. Le menthol est l'isomère le plus répandu dans la nature qui, parce qu'il est un stimulant des récepteurs du froid, produit la sensation caractéristique de fraîcheur lorsqu'il est appliqué localement sur les muqueuses ou sur la peau¹. Parmi ses nombreuses utilisations, le menthol est un analgésique topique léger, permettant de soulager des douleurs localisées, souvent du pharynx ou des muqueuses en général. Lorsqu'il est utilisé à forte dose, le menthol peut au contraire provoquer une sensation d'irritation et de chaleur². Pour ces propriétés citées, le menthol est un produit qu'on retrouve massivement dans la médecine et dans les ingrédients pharmaceutiques, comme les pastilles pour la gorge ou les sirops contre la toux.

b. Le menthol dans le tabac

Les cigarettes au goût mentholé ne sont pas les seules à contenir du menthol. En réalité, 90% des cigarettes en circulation dans le monde sont composées de ce produit, qu'elles soient vendues en tant que produit mentholé ou non. Ainsi, même dans les produits du tabac dits non-mentholés, la dose de menthol, bien qu'imperceptible au goût, varie entre 0,01 et 0,03% du poids en tabac. En revanche, dans les produits vendus comme mentholés, le menthol représente entre 0,1% et 1% du poids du tabac. Le menthol peut être ajouté aux produits de différentes manières : soit directement dans le tabac, soit sur la feuille à l'intérieur du paquet de tabac, dans le filtre, ou sous forme d'une capsule insérée dans le filtre, que le consommateur peut clipser, afin d'en diffuser l'arôme³.

La directive européenne sur les produits du tabac (TPD) a interdit la vente de cigarettes et de tabac à rouler mentholé depuis le 20 mai 2020. Cette interdiction ne concerne en réalité que les produits du tabac contenant une concentration de menthol susceptible de leur conférer un « arôme caractérisant » au moment de leur consommation. Autrement dit, la majeure partie des cigarettes et du tabac à rouler vendus dans l'Union européenne contiennent du menthol, mais à des niveaux résiduels.

¹ Kreslake JM, Wayne GF, Alpert HR, Koh HK, Connolly GN. Tobacco industry control of menthol in cigarettes and targeting of adolescents and young adults. *Am J Public Health*. 2008 Sep;98(9):1685-92. doi: 10.2105/AJPH.2007.125542. Epub 2008 Jul 16. PMID: 18633084; PMCID: PMC2509610.

² Yerger VB. Menthol's potential effects on nicotine dependence: a tobacco industry perspective. *Tob Control*. 2011;20 Suppl 2(Suppl_2):ii29-ii36. doi:10.1136/tc.2010.041970

³ Urmila Nair, Health, [Fiche sur le menthol](#), consulté le 10/05/2021

Un « arôme caractérisant », qu'est-ce que c'est ?

La notion d'arôme caractérisant est définie par la directive européenne sur les produits du tabac comme « une odeur ou un goût clairement identifiable autre que celle ou celui du tabac, provenant d'un additif ou d'une combinaison d'additifs, notamment à base de fruits, d'épices, de plantes aromatiques, d'alcool, de confiseries, de menthol ou de vanille (liste non exhaustive), et qui est identifiable avant ou pendant la consommation du produit du tabac ».

2. Les effets physiologiques sur la santé

a. Un outil d'initiation

En tant qu'arôme, le menthol est utilisé par l'industrie du tabac pour les effets physiologiques qu'il provoque. Produit analgésique, la consommation de menthol permet d'obtenir une sensation rafraîchissante et anesthésiante, permettant de réduire et de masquer les effets irritants de la fumée de tabac⁴. Ces propriétés permettent ainsi de masquer le goût souvent âcre et irritant du tabac, pouvant être aversif lors des premières expériences de consommation, surtout lorsqu'il est fumé par de jeunes personnes. En d'autres termes, l'utilisation du menthol par l'industrie, en édulcorant le goût de la fumée, a pour première vocation de favoriser et faciliter l'initiation tabagique⁵.

b. Un vecteur supplémentaire d'addiction

Au-delà de l'aspect aromatique et initiatique, la forte présence du menthol dans les produits du tabac s'explique par le pouvoir addictif de celui-ci. En effet, le menthol provoque une augmentation des capacités d'absorption transbuccales de la nicotine. En particulier, en stimulant la production de salive, il favorise la dissolution et l'absorption de la drogue dans la bouche. Le menthol a par ailleurs un impact majeur sur la respiration. Massivement employé comme décongestionnant nasal, il modifie les perceptions des capacités respiratoires, par l'impression de libération qu'il provoque. Le menthol favorise également l'absorption nicotinique par les effets bronchodilatateurs qu'il induit. L'inhalation de menthol permet ainsi des aspirations plus profondes et plus prolongées de la fumée de tabac, conduisant à une augmentation de l'absorption des composants de la fumée au niveau des alvéoles pulmonaires vers le sang. Ainsi, l'utilisation du menthol par l'industrie du tabac a pour objectif de maximiser la diffusion des éléments addictifs présents dans le tabac, à l'instar de la nicotine.

Dans un rapport comparant les conséquences sanitaires des cigarettes mentholées et non mentholées, la Food and Drug Administration (FDA) a conclu en 2013 que la consommation de menthol est corrélée à une augmentation de la prévalence tabagique auprès des jeunes générations et des jeunes adultes⁶. Dans le même temps, la consommation de menthol est associée à une plus forte dépendance, réduisant les chances de sortie du tabagisme. En ralentissant le métabolisme de la nicotine et en agissant sur les récepteurs nicotiques, le menthol permet de renforcer l'addiction du fumeur. Le ralentissement du métabolisme de la nicotine signifie que le taux de cette dernière dans l'organisme reste élevé plus longtemps, laissant plus de temps à la nicotine pour interagir avec les récepteurs nicotiques à travers

⁴ Ahijevych K, Garrett BE. Menthol pharmacology and its potential impact on cigarette smoking behavior. *Nicotine Tob Res.* 2004 Feb;6 Suppl 1:S17-28. doi: 10.1080/14622200310001649469. PMID: 14982706.

⁵ Société francophone de tabacologie, [Effets sensoriels du menthol](#), 16/11/2017, (consulté le 10/05/2021)

⁶ Food and Drug Administration (FDA), [Preliminary scientific evaluation of the public health effects of menthol versus non-menthol cigarettes](#), 2013

tout l'organisme⁷. En d'autres termes, la cigarette mentholée facilite l'entrée dans le tabagisme et en complique la sortie⁸.

Les fumeurs de menthol plus dépendants que les fumeurs de tabac non mentholé

De nombreuses études existent sur l'addictivité du menthol dans le tabac. A ce titre, la durée qui sépare l'heure de réveil d'un fumeur et celle de sa première cigarette est un bon indicateur pour estimer son degré de dépendance au tabagisme. Ainsi, en 2004, une étude menée sur près de 1700 personnes montrait que 24,3% des fumeurs de cigarettes mentholées fumaient leur première cigarette dans les cinq premières minutes de leur journée, contre 19,9% des fumeurs de cigarettes non mentholées⁹. De la même manière, une étude rapportait en 2008 que, sur un panel de 1688 fumeurs, 55,3% des fumeurs de mentholées indiquaient se lever la nuit pour fumer, contre 44,9% des fumeurs de cigarettes non-mentholées¹⁰.

3. Le menthol, pierre angulaire de l'industrie du tabac

a. Un des premiers outils de « réduction des risques »

On attribue classiquement l'invention de la cigarette mentholée à Lloyd « Spud » Hughes, dans les années 20, qui mélangeait à son tabac les cristaux de menthol destinés à soulager son asthme. Face aux toutes premières préoccupations des consommateurs sur les dangers de la consommation de cigarettes, les premières cigarettes mentholées ont ainsi été promues dans les années trente en tant que remèdes ou alternatives plus sûres et moins irritantes que les cigarettes traditionnelles.

Cette stratégie apparaît pour l'industrie du tabac d'autant plus évidente à mobiliser que le menthol renvoie à un imaginaire pharmaceutique et médical. Dès les années 30, des marques comme Kool présentent de ce fait la cigarette mentholée comme un produit de consommation occasionnel, destiné à soulager les maux de gorge provoqués par la fumée des cigarettes classiques.

Pourtant, les propriétés du menthol sont connues de longue date par l'industrie du tabac. Les documents internes des cigarettiers montrent que les recherches scientifiques entreprises par les fabricants leur ont permis de développer précocement une connaissance précise des effets du menthol sur le comportement et le degré d'addiction du fumeur. Ainsi, alors que l'industrie du tabac affirmait publiquement que le menthol n'était utilisé qu'en tant qu'additif aromatique, et qu'il n'avait aucune conséquence sur le consommateur, un document interne de RJ Reynolds datant de 1976 indique que la société savait, depuis déjà plus de trente ans, que le menthol, y compris lorsqu'il est inhalé à des niveaux imperceptibles pour le fumeur, possède des propriétés rafraîchissantes, anesthésiantes et analgésiques, permettant de réduire l'âcreté et l'irritation provoquée par la fumée de tabac¹¹.

Par ailleurs, les études internes menées par l'industrie du tabac montrent que cette dernière s'est beaucoup intéressée aux effets sensoriels et physiologiques du menthol, permettant de rendre l'expérience tabagique plus agréable pour certains fumeurs. L'industrie du tabac a notamment rapidement découvert que le menthol interagissait en synergie avec la nicotine, et permettait

⁷ Stop Tabac, Cigarettes au menthol : un plus grand potentiel addictif, 04/2013, (consulté le 10/05/2021)

⁸ Yerger VB, McCandless PM. Menthol sensory qualities and smoking topography: a review of tobacco industry documents. *Tob Control*. 2011 May;20 Suppl 2(Suppl_2):ii37-43. doi: 10.1136/tc.2010.041988. PMID: 21504930; PMCID: PMC3088462.

⁹ Ibid

¹⁰ Ibid

¹¹ Ibid

notamment de compenser les produits du tabac avec de « faibles teneurs nicotiques et de goudrons », de plus en plus proposés par l'industrie du tabac comme des solutions pour répondre aux inquiétudes des consommateurs quant à la nocivité du tabagisme pour la santé¹².

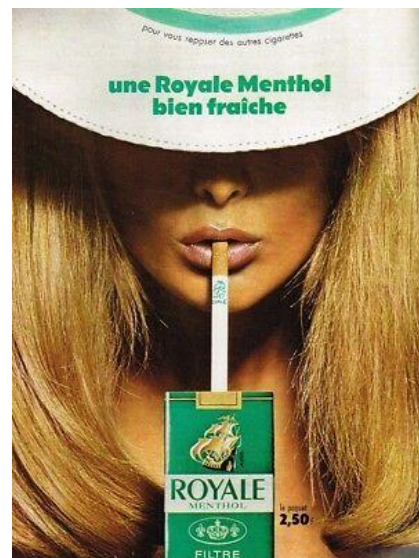
A la fin des années cinquante, l'apparition de marques comme Salem (1956) ou Newport (1957) se traduit par un revirement stratégique de l'industrie du tabac à l'égard de ses produits mentholés. En effet, si les cigarettiers continuent de diffuser l'argument sanitaire, les compagnies pointent désormais davantage l'accent sur les saveurs rafraîchissantes associées au menthol. Dès lors, les cigarettes mentholées cessent de devenir un produit occasionnel et deviennent un objet de consommation quotidienne. Toutefois, l'association des cigarettes mentholées à un risque prétendument diminué reste encore aujourd'hui profondément ancré dans les représentations collectives. Alors qu'il est aujourd'hui établi depuis longtemps que les produits du tabac mentholés ne possèdent non seulement aucune vertu sur le plan sanitaire, et sont à de nombreux égards plus dangereux que les cigarettes classiques, le menthol bénéficie encore aujourd'hui d'une perception altérée des risques réels encourus par le consommateur¹³.



b. Les femmes, premières cibles de l'industrie du tabac

Les femmes ont été la première cible marketing de l'industrie du tabac pour la consommation des produits mentholés. Ainsi, dès les années cinquante, les produits du tabac mentholés sont majoritairement consommés par des femmes, alors que le tabagisme est à cette époque une pratique essentiellement masculine.

Dans un grand nombre de pays, les compagnies de tabac ont identifié les femmes comme un vecteur potentiel de croissance. En particulier, dans beaucoup de pays au sein desquels on observait une prévalence tabagique faible des femmes (due à la mauvaise image sociale du tabagisme féminin) l'industrie du tabac a massivement fait la promotion des produits mentholés. Ces derniers étaient perçus par les cigarettiers comme un élément clé d'initiation pour des millions de femmes à travers le monde¹⁴.



L'exemple japonais est à ce titre une illustration particulièrement édifiante pour comprendre ce phénomène¹⁵. A partir de 1986, le Japon met fin au monopole d'Etat sur le tabac de la Japan Tobacco

¹² Anderson SJ, Marketing of menthol cigarettes and consumer perceptions: a review of tobacco industry documents, Tobacco Control 2011;20:ii20-ii28.

¹³ Organisation mondiale de la santé, [Menthol in tobacco products](#), 2018, (consulté le 10/05/2021)

¹⁴ Lee YO, Glantz SA. Menthol: putting the pieces together. Tob Control. 2011 May;20 Suppl 2(Suppl_2):ii1-7. doi: 10.1136/tc.2011.043604. PMID: 21504926; PMCID: PMC3085012.

¹⁵ Connolly GN, Behm I, Osaki Y, Wayne GF. The impact of menthol cigarettes on smoking initiation among non-smoking young females in Japan. *Int J Environ Res Public Health*. 2011;8(1):1-14. doi:10.3390/ijerph8010001

Industry pour ouvrir le marché à la concurrence étrangère. Les compagnies de tabac, en particulier américaines, vont déployer un effort publicitaire colossal pour s’implanter dans ce nouveau marché. Ainsi, sur les soixante milliards de yens dépensés en publicité pour le tabac au Japon en 1993, la moitié était du fait des entreprises non-japonaises.

Très rapidement, l’industrie du tabac voit dans le menthol un outil marketing efficace pour s’adresser au marché féminin, jusque-là limité. Les cigarettiers vont ainsi développer des gammes de cigarettes menthol spécialement dédiées aux femmes, en leur donnant des attributs désignés comme féminins : cigarettes plus fines, moins irritantes, contenant des taux de goudrons plus faibles et donc présentées comme plus sûres pour la santé, et comme de véritables accessoires de modes¹⁶.

Il s’agit alors de produits d’appel uniquement conçus pour faciliter l’initiation tabagique des jeunes filles : les études menées à ce sujet montrent qu’au fur et à mesure de leur consommation, la femme va progressivement se tourner vers des produits plus forts en nicotine et en goudrons, à des niveaux semblables à ceux des hommes.

Encore une fois, les documents internes de l’industrie du tabac constituent une ressource précieuse pour comprendre les stratégies de l’industrie :

« Les femmes fumeuses de menthol sont généralement plus satisfaites des cigarettes mentholées que les hommes, car les cigarettes mentholées actuelles répondent à un plus large éventail de besoins pour celles-ci (en particulier les besoins psychologiques, comme la mode, ou l’expression de la féminité) »

Au Japon, la croissance du menthol a ainsi systématiquement dépassé la croissance totale du marché local du tabac. La stratégie du menthol par les compagnies étrangères est par ailleurs couronnée de succès : dès 1992, 58% du marché des produits du tabac mentholés sont détenus par des entreprises étrangères. Celui-ci prend au fil des années une place de plus en plus considérable : si les produits mentholés ne constituent que 5% du marché total japonais en 1995, ils en représentent plus de 20% en 2008.

Cet engouement pour la cigarette mentholée s’observe particulièrement chez les jeunes femmes japonaises : en 1996, 22,7% des adolescentes fumeuses consomment des produits mentholés, contre 8,2% des jeunes adolescents. Quatre ans plus tard seulement, la proportion atteint respectivement 48,1% pour les premières contre seulement 11,7 pour les seconds.

Le menthol est en partie responsable de la hausse de la prévalence tabagique observée auprès de la population japonaise féminine à la fin du 20ème siècle. Entre 1995 et 2000, la part de japonaises fumeuses, âgées de 20 à 29 ans, a presque doublé, passant de 10% à 19% en l’espace de seulement cinq années. L’exemple nippon est un avertissement pour les politiques de santé publique pour anticiper et prévenir les stratégies prédatrices de l’industrie du tabac dans les marchés émergents, ou au sein des pays caractérisés par une faible prévalence tabagique des femmes.

c. L’afro-américanisation du menthol : un succès marketing, un désastre sanitaire

A partir des années soixante, au moment de l’apogée des combats pour les droits civiques aux Etats-Unis, de Martin Luther King et de la « black pride », la marque Kool décide, la première, de s’engager dans une stratégie de marketing ethnique. Le cigarettier a agi comme un véritable catalyseur, un marqueur social et ethnique pour toute une catégorie de population. A tel point que ce marqueur est devenu un des éléments de l’imaginaire afro-américain de cette décennie. La stratégie est un succès

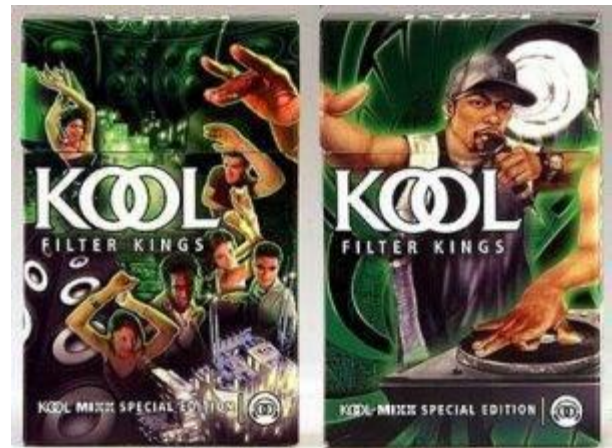
¹⁶ Organisation mondiale de la santé (OMS), [Why women and girls use tobacco](#), 2010, (consulté le 10/05/2021)

commercial total : au début des années 70, 56% des jeunes adultes fumeurs noirs fument la marque Kool, considérée alors comme la « Marlboro des Noirs »¹⁷.

➤ Un produit associé à l'imaginaire culturel afro-américain

Pour s'adresser à ce nouveau marché en croissance, l'industrie du tabac a su positionner ses produits sous l'angle de la nouveauté, de la hype, de la jeunesse et de la santé¹⁸. Des marques comme Kool ont pu s'imposer à cette minorité grâce à des stratégies marketing efficaces et savamment orchestrées. Les cigarettiers ont ainsi cherché à s'attirer la sympathie de la communauté Noire en parrainant nombre d'événements culturels, en investissant des fonds dans les médias dédiés à la minorité Noire ou encore dans les quartiers populaires et afro-américains.

La musique a été un outil particulièrement prisé par l'industrie du tabac pour s'adresser à la jeunesse afro-américaine. L'entreprise Brown & Williamson s'est à ce titre illustrée en proposant la première le Kool Jazz Festival dès 1975¹⁹, le Kool City Jam dans les années 80, ou encore en lançant la campagne Kool Mixx au début des années 2000, proposant notamment des paquets mettant en scène des DJ, des rappeurs, ou encore des danseurs²⁰. L'industrie du tabac n'a cessé d'accroître son effort publicitaire en faveur du menthol, passant de 13 à 76% du total des dépenses entre 1998 et 2006. Cette intensification s'est fait particulièrement ressentir dans la presse afro-américaine : entre 1998 et 2002, le magazine Ebony, s'adressant à cette minorité, était 9,8 fois plus susceptible que People de contenir une publicité en faveur du menthol²¹.



L'industrie du tabac devient dès lors un pilier caritatif des organisations culturelles, éducatives et politiques noires, tout en cherchant à se faire bien percevoir par la communauté afro-américaine par une politique ostensiblement progressiste. Dès la fin des années 50, un journal suprémaciste blanc appelle ainsi au boycott de Philip Morris pour avoir le mélange racial le plus élevé des grandes entreprises aux Etats-Unis, pour avoir embauché des Noirs dans des postes à responsabilité, ou encore pour avoir fait de la publicité dans la presse dédiée aux afro-américains.

Il s'agit en fait d'appuyer l'idée d'une communauté de destin entre l'industrie du tabac et la minorité Noire américaine. En 1987, un article écrit par un

¹⁷ Anderson SJ, Marketing of menthol cigarettes and consumer perceptions: a review of tobacco industry documents, Tobacco Control 2011;20:ii20-ii28.

¹⁸ Ibid

¹⁹ Hafez N, Ling PM. Finding the Kool Mixx: how Brown & Williamson used music marketing to sell cigarettes. Tob Control. 2006 Oct;15(5):359-66. doi: 10.1136/tc.2005.014258. PMID: 16998169; PMCID: PMC2563654.

²⁰ Tobacco Free Kids, [Tobacco company marketing to african americans](#), (consulté le 10/05/2021)

²¹ Cigarette advertising in Black, Latino, and White magazines, 1998-2002: an exploratory investigation

responsable de RJ Reynolds dans le National Black Monitor va jusqu'à comparer l'oppression subie par les Noirs aux Etats-Unis à la « discrimination implacable », « transnationale » contre l'industrie du tabac et « 50 millions de simples citoyens qui fument »²².

L'effort entrepris par les cigarettiers américains pour cibler leurs produits mentholés est si large et systématique que l'on qualifie le phénomène d'« afro-américanisation des cigarettes mentholées »²³.

➤ Des pratiques commerciales agressives

Les politiques décrites ci-dessus sont doublées par une stratégie marketing et commerciale particulièrement agressive à l'encontre des afro-américains. Les nombreuses études menées sur le sujet montrent que les quartiers Noirs des Etats-Unis comptent une densité de détaillants supérieure à la moyenne nationale.

De la même manière, un travail de recherche publié en 2010 soulignait le fait que l'on compte davantage de buralistes auprès des écoles fréquentées par les minorités et les populations précaires²⁴. Les chercheurs, en étudiant les modes de commercialisation du tabac mentholé auprès des écoles ont constaté que pour chaque augmentation de 10% d'élèves afro-américains dans une école, le volume publicitaire pour les produits mentholés augmentait de 6% dans les environs directs de l'établissement²⁵.

Qualifiés de prédateurs, les cigarettiers ont été enfin pointés du doigt à plusieurs reprises pour proposer des produits du tabac moins chers et pour intensifier l'effort publicitaire en faveur du menthol au sein des quartiers afro-américains : une étude menée à Washington en 2013 montrait que ces derniers comptaient jusqu'à dix fois plus de publicités pour le tabac que les autres²⁶.

➤ Un ravage sanitaire

Les résultats de ce ciblage communautaire sont par ailleurs particulièrement éloquentes. Une étude de 2013 menée en Californie montrait par exemple que les étudiants issus de la communauté afro-américaine étaient trois fois plus susceptibles que les autres d'identifier la marque Newport, leader dans les produits du tabac mentholés aux Etats-Unis²⁷. De la même manière, presque 90% des fumeurs afro-américains fument des produits du tabac mentholés, contre moins de 30% des fumeurs blancs²⁸. Le

²² Levin, Mother Jones, *The Troubling History of Big Tobacco's Cozy Ties With Black Leaders*, 2015, (consulté le 10/05/2021)

²³ Phillip S. Gardiner, Dr.P.H., *The African Americanization of menthol cigarette use in the United States*, *Nicotine & Tobacco Research*, Volume 6, Issue Suppl_1, February 2004, Pages S55–S65, <https://doi.org/10.1080/14622200310001649478>

²⁴ Seidenberg AB, Caughey RW, Rees VW, Connolly GN. Storefront cigarette advertising differs by community demographic profile. *Am J Health Promot.* 2010 Jul-Aug;24(6):e26-31. doi: 10.4278/ajhp.090618-QUAN-196. PMID: 20594091; PMCID: PMC3086453.

²⁵ Henriksen L, Schleicher NC, Dauphinee AL, Fortmann SP. Targeted advertising, promotion, and price for menthol cigarettes in California high school neighborhoods. *Nicotine Tob Res.* 2012 Jan;14(1):116-21. doi: 10.1093/ntr/ntr122. Epub 2011 Jun 24. PMID: 21705460; PMCID: PMC3592564.

²⁶ Cantrell J, Kreslake JM, Ganz O, et al. Marketing little cigars and cigarillos: advertising, price, and associations with neighborhood demographics. *Am J Public Health.* 2013;103(10):1902-1909. doi:10.2105/AJPH.2013.301362

²⁷ Dauphinee AL, Doxey JR, Schleicher NC, Fortmann SP, Henriksen L. Racial differences in cigarette brand recognition and impact on youth smoking. *BMC Public Health.* 2013 Feb 25;13:170. doi: 10.1186/1471-2458-13-170. PMID: 23442215; PMCID: PMC3586353.

²⁸ Giovino GA, Villanti AC, Mowery PD, et al
Differential trends in cigarette smoking in the USA: is menthol slowing progress?
Tobacco Control 2015;24:28-37

menthol est également prisé auprès des jeunes afro-américains (12-17 ans), puisque 70% des fumeurs de cette catégorie d'âge déclarent fumer des produits mentholés²⁹.

Les recherches menées en santé publique estiment qu'aux Etats-Unis, le menthol est l'une des causes explicatives des inégalités existantes entre blancs et noirs en termes de santé³⁰. En effet, alors que la prévalence tabagique des afro-américains est sensiblement plus faible que celle observée auprès de l'ensemble de la population américaine, la communauté Noire serait proportionnellement davantage victime de maladies chroniques évitables attribuables au tabac. Les chiffres publiés par Truth Initiative en 2018 soulignent enfin que 45% des fumeurs Noirs déclareraient arrêter de fumer si les produits du tabac mentholés étaient interdits.

d. Le menthol comme produit d'appel : le ciblage des jeunes générations

Si les produits du tabac mentholés n'ont pas été conçus initialement pour les adolescents et les jeunes adultes, les cigaretteurs ont rapidement compris l'intérêt que pouvait revêtir le menthol pour entraîner les jeunes générations dans le tabagisme, en réduisant les expériences initiales aversives.

Ainsi, une étude menée en 1971 par Philip Morris montrait que les fumeurs de Newport King étaient en moyenne beaucoup plus jeunes que les fumeurs d'autres marques (24,8 ans pour les premiers contre 38 ans pour les seconds), démontrant que le menthol, même à de faibles concentrations, caractéristiques de cette marque, plaisaient particulièrement aux jeunes consommateurs³¹.

Ces résultats vont donner le la aux stratégies marketing pour la plupart des compagnies de tabac : à partir des années 80, toutes les grandes compagnies de tabac vont proposer une gamme de cigarettes à faible dosage de menthol, afin de s'adresser spécifiquement à cette tranche d'âge³². Si les cigaretteurs ont d'ailleurs systématiquement nié cibler les jeunes, les documents internes montrent que cette pratique est en réalité un élément structurel et endémique de la stratégie de l'industrie du tabac :

« Créer une cigarette ostensiblement orientée vers les jeunes [...] impliquerait un nom, un mélange, une saveur, et une technique de commercialisation particulières. Par exemple, une saveur qui rappellerait le goût du bonbon tout en donnant la satisfaction d'une cigarette ».

« La première réaction des fumeurs est généralement négative. [...] Les premiers négatifs peuvent être atténués avec un faible niveau de menthol »

Ce basculement général observé dans les années 80 s'explique aisément : on estime que neuf fumeurs sur dix ont commencé leur consommation tabagique avant l'âge de 18 ans³³. Le recrutement de nouvelles générations de fumeurs devient ainsi un enjeu de survie économique pour l'industrie du tabac, qui doit en permanence remplacer les anciennes générations de fumeurs.

Pour cibler les jeunes, une marque comme Newport n'a pas hésité, dans les années 90, à créer des publicités mettant en scène des situations enfantines et puériles, comme le montre l'image ci-dessus. Les produits du tabac aromatisés en général, et les produits du tabac mentholés en particulier, jouent le rôle de rabatteur auprès des jeunes générations, afin de les initier et les maintenir dans le tabagisme.

²⁹ Dauphinee AL, Doxey JR, Schleicher NC, Fortmann SP, Henriksen L. Racial differences in cigarette brand recognition and impact on youth smoking. BMC Public Health. 2013 Feb 25;13:170. doi: 10.1186/1471-2458-13-170. PMID: 23442215; PMCID: PMC3586353.

³⁰ Ferris Wayne G, Connolly GN. Application, function, and effects of menthol in cigarettes: a survey of tobacco industry documents. Nicotine Tob Res. 2004 Feb;6 Suppl 1:S43-54. doi: 10.1080/14622203310001649513. PMID: 14982708.

³¹ Kreslake JM, Wayne GF, Alpert HR, Koh HK, Connolly GN. Tobacco industry control of menthol in cigarettes and targeting of adolescents and young adults. Am J Public Health. 2008 Sep;98(9):1685-92. doi: 10.2105/AJPH.2007.125542. Epub 2008 Jul 16. PMID: 18633084; PMCID: PMC2509610.

³² Ibid

³³ Tobacco Stops with me, [Big Tobacco Targets](#), (consulté le 10/05/2021)

On estime à ce titre qu'un adolescent s'initiant au tabagisme avec un produit aromatisé a trois fois plus de chance qu'un autre de devenir fumeur régulier.

Dans une étude publiée en 2015 dans le Journal of American Medical Association, 81% des jeunes ayant consommé des produits du tabac déclaraient avoir commencé avec des produits aromatisés. La proportion de consommateurs de cigarettes mentholées est d'ailleurs significativement supérieure chez les 12-17 ans (54%) que chez les fumeurs adultes (32%). Deux tiers des adolescents consommateurs de mentholées affirment explicitement leur appétence pour le goût particulier que leur procurent ces produits³⁴.

Ainsi, les documents internes de l'industrie du tabac démontrent que cette dernière a développé une connaissance extrêmement précise de ses consommateurs, et mis en place des outils marketing particulièrement efficaces, ciblant ses messages selon une catégorisation ethnique, genrée, générationnelle et sexuelle (la communauté LGBT étant une des cibles prioritaires des produits du tabac mentholés³⁵ : on estime à ce titre que 71% des jeunes fumeurs issus de la communauté LGBT aux Etats-Unis consomment des produits mentholés³⁶).



4. L'efficacité de l'interdiction du menthol : l'exemple Canadien

A ce jour, il n'existe pas encore d'études consacrées aux effets de l'interdiction du menthol dans les cigarettes et le tabac à rouler en Union européenne, survenue un an auparavant. En revanche, le Canada a été l'un des premiers pays au monde à interdire les cigarettes au menthol. Entre mai 2015 et juillet 2017, 7 provinces canadiennes (Alberta, Labrador, Nouvelle-Ecosse, New Brunswick, Ontario, Prince Edward Island, Québec) sur 13 interdisaient déjà les cigarettes mentholées. Une loi fédérale encore plus large interdisant le menthol dans les cigarettes, la plupart des cigares et des blunts (feuille de tabac aromatisée) est entrée en vigueur en octobre 2017. Une étude menée par l'Université de Waterloo dans le cadre du projet ITC, International Tobacco Control Project a analysé les conséquences de l'interdiction des cigarettes mentholées dans ces 7 provinces, représentant 83% de la population³⁷.

³⁴ Ambrose BK, Day HR, Rostron B, et al. Flavored Tobacco Product Use Among US Youth Aged 12-17 Years, 2013-2014. JAMA. 2015;314(17):1871-1873. doi:10.1001/jama.2015.13802

³⁵ Buchting FO, Emory KT, Scout, Kim Y, Fagan P, Vera LE, Emery S. Transgender Use of Cigarettes, Cigars, and E-Cigarettes in a National Study. Am J Prev Med. 2017 Jul;53(1):e1-e7. doi: 10.1016/j.amepre.2016.11.022. Epub 2017 Jan 13. PMID: 28094133; PMCID: PMC5478444.

³⁶ National Youth Advocacy Coalition, Coming Out about Smoking: A Report from the National LGBTQ Young Adult Tobacco Project, (consulté le 10/05/2021)

³⁷ Chung-Hall J, Fong GT, Meng G, et al, Evaluating the impact of menthol cigarette bans on cessation and smoking behaviours in Canada: longitudinal findings from the Canadian arm of the 2016–2018 ITC Four Country Smoking and Vaping Surveys, Tobacco Control Published Online First: 05 April 2021. doi: 10.1136/tobaccocontrol-2020-056259

Les fumeurs de menthol étaient beaucoup plus susceptibles que les autres fumeurs d'essayer d'arrêter après l'interdiction du menthol (58,7% contre 49%). Les fumeurs quotidiens de menthol étaient proportionnellement presque deux fois plus nombreux que les autres fumeurs quotidiens à arrêter après l'interdiction (21% contre 11,6%). Enfin, les fumeurs de menthol qui avaient arrêté de fumer avant l'interdiction du menthol étaient significativement moins susceptibles de rechuter que les autres fumeurs qui avaient arrêté de fumer.

Des recherches plus spécifiques menées dans la province canadienne de l'Ontario (qui a interdit les cigarettes mentholées le 1er janvier 2017) montrent que les fumeurs quotidiens de menthol en Ontario étaient également plus susceptibles que les autres fumeurs de tenter d'arrêter (63% contre 43%) et d'arrêter de fumer (24% contre 14%).

L'industrie du tabac s'était opposée à l'interdiction du menthol, en avançant qu'une telle mesure conduirait à une augmentation du commerce illicite. Toutefois, selon une autre étude, une minorité de répondants ont affirmé continuer à fumer des produits du tabac mentholés, et la majorité de ces derniers ont répondu fumer des produits achetés en amont de l'interdiction³⁸. Par ailleurs, les saisies illégales en Nouvelle-Ecosse de produits mentholés sont demeurées marginales l'année suivant l'interdiction, avant de devenir inexistantes³⁹.

5. L'enjeu de la composition des produits du tabac

Derrière le menthol se cache l'enjeu élargi de la composition des produits du tabac. Encore aujourd'hui, les produits du tabac bénéficient d'un système d'exception inédit par rapport aux autres produits de consommation courante, comme les produits alimentaires concernant les normes sanitaires et les ingrédients qui les composent. Pendant longtemps, l'industrie du tabac, pour bloquer toute réglementation sur la composition des produits, mobilisait l'argument du secret industriel et du secret de fabrication. Ce traitement de faveur sur l'opacité de la composition des produits du tabac interroge d'autant plus, compte tenu de la dangerosité particulière du tabac, unique produit en vente libre provoquant le décès prématuré d'un utilisateur sur deux.

La Convention-cadre de l'Organisation mondiale de la santé pour la lutte antitabac (CCLAT), dans ses articles 9 et 10, se penche sur la question de la réglementation de la composition et des informations à communiquer sur les produits du tabac⁴⁰. De ce fait, le traité mondial de santé publique propose des directives « pour les tests et l'analyse de la composition et les émissions des produits du tabac », ensuite transposées dans les différentes législations nationales. Par ailleurs, la CCLAT exige de ses Parties qu'elle adopte les mesures nécessaires afin de contraindre les fabricants et les importateurs de produits du tabac à fournir aux autorités gouvernementales les informations relatives à la composition et aux émissions des produits du tabac.

A ce titre, la directive européenne des produits du tabac de 2014⁴¹ (TPD), contraint l'industrie du tabac à déclarer avant commercialisation des informations en matière de composition, d'émission et de toxicité de ses produits. En France, ces informations sont transmises à l'Agence nationale de sécurité

³⁸ Chaiton M, Schwartz R, Cohen JE, Soule E, Eissenberg T. Association of Ontario's Ban on Menthol Cigarettes With Smoking Behavior 1 Month After Implementation. *JAMA Intern Med.* 2018;178(5):710–711. doi:10.1001/jamainternmed.2017.8650

³⁹ Chaiton MO, Nicolau I, Schwartz R, et al, Ban on menthol-flavoured tobacco products predicts cigarette cessation at 1 year: a population cohort study, *Tobacco Control* 2020;29:341-347.

⁴⁰ Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac. Texte intégral (en français)

⁴¹ Journal officiel de l'Union européenne, Directive 2014/40/UE du parlement européen et du conseil du 3 avril 2014 relative au rapprochement des dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres en matière de fabrication, de présentation et de vente des produits du tabac et des produits connexes, et abrogeant la directive 2001/37/CE, ([Texte intégral](#), en français)

sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail (Anses), pour permettre aux pouvoirs publics de disposer d'une information plus complète sur ces produits.

II. Evaluation de la disposition en vigueur

1. Etats des lieux de la mesure

Les directives partielles d'application des [articles 9 et 10 de la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac](#) recommandent la limitation ou l'interdiction des « ingrédients pouvant servir à améliorer le goût des produits du tabac ». La Turquie a été l'un des premiers pays à introduire avec succès une interdiction des cigarettes aromatisées, y compris le menthol, en 2015, qui a été pleinement mise en œuvre en mai 2020. L'Éthiopie⁴² a également interdit l'arôme mentholé pour les cigarettes en 2015, une mesure essentiellement préventive car le pays ne connaît pas une consommation –connue– significative de menthol.

France

En France, l'interdiction de vente des cigarettes au menthol s'applique depuis le mercredi 20 mai 2020⁴³, au même titre que dans l'ensemble des pays de l'Union européenne (UE). (Voir ci-dessous)

Union européenne

Une interdiction à l'échelle de l'UE de la vente de cigarettes aromatisées a été introduite en [mai 2016](#), avec un délai additionnel pour les cigarettes mentholées interdites à partir du 20 mai 2020. Cette disposition s'inscrit dans le cadre de la [directive européenne sur les produits du tabac](#) (DPT) de 2014 laquelle prévoit donc un délai pour la transposition dans les différents états membres respectivement de 2 et 6 ans. Une différence a d'emblée été introduite pour les produits au menthol : alors que les détaillants de tabac avaient deux ans pour vendre leurs stocks de produits aromatisés et les fabricants s'adapter au marché, cette période d'écoulement et d'adaptation concernant les produits au menthol a été prolongée de quatre ans.

En outre, seuls sont concernés les cigarettes manufacturées et le tabac à rouler. L'interdiction ne concerne pas les autres produits du tabac et de la nicotine (tabac chauffé, cigarettes électroniques) ni les produits dérivés du tabac, vendus séparément (filtres contenant des capsules au menthol, papier aromatisé, etc).

Moldavie

La Moldavie, un pays non-membre de l'UE avec un taux de tabagisme élevé, a également interdit les cigarettes au menthol en mai 2020.

Brésil

En mars 2012, le Brésil est devenu le premier pays à interdire tous les arômes et additifs dans les produits du tabac, y compris le menthol. L'interdiction, qui a fait l'objet de recours en justice aux niveaux national et fédéral par l'industrie du tabac et ses groupes de pression, tout en inondant en parallèle le marché brésilien de produits mentholés. Après près de dix ans de bataille juridique, la justice brésilienne, en janvier 2021, a [finalement confirmé la décision](#) de l'Agence brésilienne de

⁴² Ethiopian Food Medicine and Healthcare Administration and Control Authority, [Tobacco Control directive 2015](#), Tobacco Control Laws website, 2015, consulté en mai 2021

⁴³ CNCT, [Le CNCT salue l'interdiction des cigarettes au menthol](#), 20 mai 2020, consulté le 3 mai 2021

réglementation de la santé (ANVISA), qui avait alors porté la mesure. Depuis, la vente de produits du tabac mentholés est désormais interdite.

Canada

Entre mai 2015 et juillet 2017, 7 provinces canadiennes (l'Alberta, le Labrador, la Nouvelle-Ecosse, le New Brunswick, l'Ontario, Prince Edward Island, le Québec) sur 13 interdisaient déjà les cigarettes mentholées⁴⁴. Une loi fédérale encore plus large interdisant le menthol dans les cigarettes, la plupart des cigares et les blunts (feuille de tabac aromatisée) est entrée en vigueur en octobre 2017. L'industrie du tabac a fait pression contre l'extension de l'interdiction aux produits autres que la cigarette manufacturée (cigarillos et tabac à chiquer)⁴⁵ et a développé de nouvelles stratégies pour contourner l'interdiction⁴⁶.

Chili

Le Chili a tenté d'introduire une interdiction du menthol en vertu d'une loi existante en 2013⁴⁷. Suite à des actions de lobbying de l'industrie du tabac, l'interdiction a été rejetée en raison des allégations d'un manque de preuves d'une dépendance accrue ou de dommages causés par les produits du tabac à base de menthol.

États-Unis

Après plusieurs années de bataille pour faire interdire le menthol, la FDA a décidé le 29 avril 2021 d'interdire les cigarettes mentholées et tous les arômes pour les cigares⁴⁸⁻⁴⁹ (En 2009, le Congrès avait déjà adopté la Family Smoking Prevention and Tobacco Control Act qui instaurait une interdiction des arômes dans les cigarettes mais exclut le menthol de cet interdit, sous réserve de recherches supplémentaires.) Cette annonce n'est que la première étape d'un long processus réglementaire pour retirer du marché les produits concernés⁵⁰. Des mesures d'interdiction des produits aromatisés avaient déjà été prises à l'échelle des états. Avec l'adoption du projet de [loi SB 793](#), la Californie était devenue le deuxième État du pays en août 2020 (après le Massachusetts) à mettre fin à la vente de produits du tabac et de nicotine aromatisés. Le projet de loi prévoyait d'interdire la vente de produits du tabac et de la nicotine aromatisés à partir du 1er janvier 2021 en Californie⁵¹. L'interdiction a été repoussée aux élections de mi-mandat de 2022 en raison de l'opposition de l'industrie du tabac (voir plus bas « Les référendums et les vastes campagnes de désinformation »)

Sénégal

Le Sénégal a interdit la vente de produits mentholés (cigarettes, produits du vapotage et chicha) depuis 2016⁵².

⁴⁴ Canadian Cancer Society, [Overview Summary of Federal/Provincial/Territorial Tobacco Control Legislation in Canada](#), CCS website, 2017, consulté le 3 mai 2021

⁴⁵ J. Brown, T. DeAtley, K. Welding et al, Tobacco industry response to menthol cigarette bans in Alberta and Nova Scotia, Canada, *Tobacco Control* 2017;26:e71-e74, [doi:10.1136/tobaccocontrol-2016-053099](#)

⁴⁶ Borland T, D'Souza SA, O'Connor S, *et al* Is blue the new green ? Repackaging menthol cigarettes in response to a flavour ban in Ontario, Canada *Tobacco Control* 2019 ;[28:e7-e12](#).

⁴⁷ Ministerio de Salud, Chile, [Encuesta Nacional de Salud 2016-2017 Primeros resultados](#), Chile Ministry of Health, National Health Survey 2016-17 Preliminary results, 2017, consulté le 3 mai 2021

⁴⁸ Erika Edwards, [A 'historic, lifesaving step': FDA moves to ban menthol cigarettes and flavored cigars](#), NBC news, 29 avril 2021, consulté le 4 mai 2021

⁴⁹ Génération Sans Tabac, [Les États-Unis interdisent les cigarettes au menthol](#), 29 avril 2021, consulté le 4 mai 2021

⁵⁰ Génération Sans Tabac, [Les États-Unis interdisent les cigarettes au menthol](#), 29 avril 2021, consulté le 3 mai 2021

⁵¹ Erika Edwards, [A 'historic, lifesaving step': FDA moves to ban menthol cigarettes and flavored cigars](#), NBC news, 29 avril 2021, consulté le 3 mai 2021

⁵² Décret n° 2016-1008 du 26 juillet 2016 portant application de la loi n° 2014-14 du 28 mars 2014 relative à la fabrication, au conditionnement, à l'étiquetage, à la vente et à l'usage du tabac

2. Les stratégies de l'industrie pour contourner la mesure

La volonté de certains décideurs publics de légiférer sur le menthol est confrontée à une opposition systématique de l'industrie du tabac. Et pour cause, les produits mentholés représentent environ 10% du marché total du tabac, et dépassent les 25% dans de nombreux pays clés comme les Philippines ou les Etats-Unis⁵³. Pour empêcher la mise en place de l'interdiction du menthol, comme pour la majorité des mesures antitabac mises en place, l'approche globale de l'industrie du tabac consiste à concevoir et diffuser un discours selon lequel les politiques de lutte antitabac ne seraient pas souhaitables en exagérant les coûts économiques de leur adoption, et en faisant abstraction des résultats bénéfiques qu'elles pourraient générer⁵⁴.

En France, à la suite de la propagation de la pandémie de COVID-19, et des mesures de confinement décrétées sur le territoire français, la Confédération européenne des Détaillants de Tabac (CEDT), notamment coprésidée par Philippe Coy (président actuel de la Confédération des Buralistes), a adressé un courrier⁵⁵ à la Direction Générale de la Santé de la Commission européenne, afin d'obtenir d'elle un délai supplémentaire avant la mise en place de l'interdiction de vente de cigarettes et de tabac à rouler mentholés, prétextant que les baisses de vente de l'industrie du tabac ne permettraient pas aux buralistes français d'écouler leurs stocks.

a. Pressions sur les décideurs européens lors du processus de de révision

Un délai avait déjà été obtenu par le Parlement européen à la suite d'une campagne de lobbying massive de la part de l'industrie du tabac. Selon des documents internes de l'industrie obtenus par *The Observer*, le cigarettier Philip Morris International (PMI) a à lui-seul embauché plus de 160 lobbyistes pour miner la directive sur les produits du tabac⁵⁶⁻⁵⁷. Les documents montrent également qu'en juin 2012, les lobbyistes du cigarettier avaient dépensé près de 1,48 million d'euros pour leurs réunions avec les députés européens dans le cadre de leur lobby concernant la négociation de cette directive sur les produits du tabac. Le même document indiquait que, 233 eurodéputés, soit 31% du parlement, avaient eu au moins une rencontre avec un représentant du cigarettier. Certains députés européens ont été démarchés jusqu'à 5 fois par les représentants de l'industrie du tabac, et, d'une manière générale, le cigarettier avait cartographié l'ensemble des députés par pays en les identifiant comme des adversaires ou au contraire soutiens à leurs intérêts en fonction des différents sujets de la directive.

Comme le montrent également les documents, les cigarettiers ont cherché à déplacer les thèmes du débat politique, en se focalisant sur les impacts économiques supposés de la directive plutôt que sur les conséquences sanitaires du *statu quo*. Ces documents internes rendus publics par *The Observer* et d'autres journalistes soulignaient la stratégie adoptée par l'industrie du tabac à savoir « retarder » et «

⁵³ U.S Food and Drug Administration, « Menthol and Other Flavors in Tobacco Products », mars 2020, consulté le 5 mai 2021 <https://www.fda.gov/tobacco-products/products-ingredients-components/menthol-and-other-flavors-tobacco-products>

⁵⁴ Anna B. Gilmore, PLOS Medicine, « The Policy Dystopia Model: An Interpretive Analysis of Tobacco Industry Political Activity », septembre 2016.

⁵⁵ Le Monde du Tabac, [Menthol : demande de la CEDT](#), 14 avril 2020, consulté le 4 mai 2021

⁵⁶ Jamie Doward, [Tobacco giant Philip Morris 'spent millions in bid to delay EU legislation](#), *The Guardian* 7 septembre 2013, consulté le 4 mai 2021

⁵⁷ Peeters S, Costa H, Stuckler D, *et al* The revision of the 2014 European tobacco products directive: an analysis of the tobacco industry's attempts to 'break the health silo' *Tobacco Control* 2016;**25**:108-117.

modifier » les dispositions de la directive. En particulier, il s'est agi pour les fabricants de faire en sorte que le menthol soit exclu de la liste des arômes caractérisants établie dans le projet de la directive.

b. L'utilisation de groupes de façade

L'industrie du tabac a mobilisé des intermédiaires présentés comme légitimes et indépendants, afin de relayer ses prises de position. Les cigarettiers vont notamment s'associer avec des groupes présentant des « intérêts communs greffés », c'est-à-dire des groupes dont les intérêts convergent avec l'industrie du tabac, à l'instar de l'Association européenne des cultivateurs de tabac, la Fédération européenne de l'alimentation, les Syndicats de l'agriculture et du tourisme, ou encore la Fédération européenne des transformateurs de tabac, actifs sur les questions de la composition des produits du tabac⁵⁸. Les documents internes révèlent que la campagne de lobbying de PMI contre la directive via les médias sociaux et traditionnels a été « menée par des tiers ».

Aux États-Unis les associations afro-américaines sont un exemple de ce type de groupes. Comme le souligne Anna B. Gilmore, les « incitations financières sont le principal mécanisme de recrutement » de ces groupes de soutien. C'est d'ailleurs ce que montre le Center for Responsive Politics : en 2014, la moitié des membres démocrates issus de la communauté afro-américaine du Congrès avait reçu un soutien financier de la part de Lorillard, contre seulement un membre sur 38 pour les démocrates non afro-américains. Les organisations de santé américaines pointent du doigt la difficulté de légiférer sur le menthol sans un large soutien des organisations afro-américaines, dont certaines acceptent l'argent des cigarettiers depuis des décennies, à l'instar de la National Black Chamber of Commerce, du Congress of Racial Equality, de la National Black Law Enforcement Executives (NOBLE), ou de la National Black Police Association (NBPA), qui s'opposent toutes activement à l'interdiction du menthol⁵⁹.

c. Les recours en justice

La directive européenne a fait l'objet de plusieurs recours devant la Cour européenne de justice (CJUE):

- **La société britannique de cigarettes électroniques Totally Wicked** a contesté la légalité de l'article 20 de la directive, qui contient des dispositions sur les cigarettes électroniques⁶⁰.

Le 4 mai 2016⁶¹, la Cour de justice de l'Union européenne s'est prononcée sur l'ensemble des arguments soulevés par la société britannique et les a rejetés. Les dispositions attaquées de la directive européenne sur les produits du tabac et le texte dans son ensemble ont été jugés proportionnées et justifiées au regard des objectifs.

- **En juillet 2014, la Pologne a annoncé son intention de contester la légalité de la directive** caractérisant l'interdiction des arômes, en particulier l'interdiction des cigarettes au menthol, affirmant qu'elle serait injustement affectée en tant que l'un des plus gros consommateurs et producteurs de cigarettes au menthol de l'UE⁶². La demande de la Pologne a été officiellement appuyée par la Roumanie.

⁵⁸ Peeters S, Costa H, Stuckler D, *et al* The revision of the 2014 European tobacco products directive: an analysis of the tobacco industry's attempts to 'break the health silo' *Tobacco Control* 2016;**25**:108-117.

⁵⁹ Chayne, American Public Health Association, « The Debate on Regulating Menthol Cigarettes: Closing a Dangerous Loophole vs Freedom of Choice », juillet 2014. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4056219/#bib70>

⁶⁰ James Meikle, [UK e-cigarette firm fights EU vaping laws in European court](#), The Guardian, 1er octobre 2015, consulté le 4 mai 2021

⁶¹ Arrêt de la Cour (deuxième chambre) du 4 mai 2016, Pillbox 38 (UK) Ltd contre Secretary of State for Health, [Affaire C-477/14](#)

⁶² [Poland to challenge EU ban on menthol cigarettes](#), Euractiv, 22 juillet 2014, consulté le 4 mai 2021

La Cour a rejeté le recours de la Pologne et a confirmé la validité des dispositions de la directive⁶³. Elle souligne que le menthol, par sa saveur agréable, rend les produits du tabac plus attrayants pour les consommateurs. Elle précise par ailleurs que réduire l'attrait de ces produits peut contribuer à réduire la prévalence du tabagisme et la dépendance chez les nouveaux utilisateurs et les utilisateurs actuels.

- **Philip Morris International (PMI) et British American Tobacco (BAT)** ont introduit deux recours distincts contre la directive, aux motifs que cette dernière serait dépourvue de base juridique valable, que les dispositions adoptées étaient disproportionnées, ne respectaient pas le principe de subsidiarité et conféraient une délégation excessive de pouvoir à la Commission européenne⁶⁴. Japan Tobacco International (JTI) et Imperial Tobacco ont soutenu ces recours en tant que "parties jointes".

A la même date, le 4 mai 2016, la Cour a rejeté les recours des cigarettiers et a déclaré la directive juridiquement conforme.

Le 23 décembre 2015, l'avocat général de la CJUE, Kokott, a rendu ses avis préliminaires sur les affaires ci-dessus, offrant aux juges de la Cour une solution juridique en toute indépendance. Kokott a conclu que la DPT de 2014 était valide et juridiquement conforme, « en particulier le processus de standardisant des conditionnements, la future interdiction à l'échelle de l'UE des cigarettes mentholées et les dispositions relatives cigarettes électroniques »⁶⁵⁻⁶⁶.

Au Brésil, La Confédération nationale de l'industrie (Confederação Nacional da Indústria), dont Philip Morris Brésil est membre, a contesté la mesure en affirmant qu'elle n'était pas constitutionnelle. En février 2018⁶⁷, la Cour suprême, à l'échelon fédéral, la plus haute juridiction du Brésil, a confirmé la réglementation de 2012⁶⁸ et la compétence de l'Agence brésilienne de réglementation sanitaire (ANVISA) de réglementer les produits du tabac. La Cour a estimé que la liberté d'entreprendre n'empêchait pas le Brésil d'imposer des conditions et des limitations aux activités privées. La Cour a conclu que si les entreprises ont des droits, ces derniers doivent être compatibles avec d'autres droits fondamentaux et constitutionnels. Dans ce cas précis, ces droits fondamentaux et constitutionnels incluent le droit à la santé et le droit à l'information. Le tribunal a en outre estimé que les risques liés à la consommation de tabac justifiaient que le marché du tabac soit soumis à des réglementations sanitaires strictes.

d. L'exagération des coûts potentiels et le démenti des bénéfices

Si l'on prend l'exemple du Chili, la loi nationale confère au Ministère de la Santé l'autorité de restreindre ou d'interdire des substances dans la composition des produits du tabac, si celles-ci sont susceptibles d'en augmenter la nocivité ou le caractère addictif. Conformément à cette disposition légale, le Ministre de la Santé a cherché en 2013 à interdire la vente de produits mentholés dans le pays. Les cigarettiers

⁶³ Court of Justice of the European Union, PRESS RELEASE No 48/16, Luxembourg, 4 May 2016, Judgments in Cases C-358/14 Poland v Parliament and Council [C-477/14 Pillbox 38\(UK\) Limited v Secretary of State for Health](#) and C-547/14 Philip Morris Brands SARL and Others v Secretary of State for Health

⁶⁴ BrickCourt Chambers, [Administrative Court asks the Court of Justice of the European Union to rule on the validity of the Tobacco Products Directive](#), 4 Novembre 2014, consulté le 4 mai 2021

⁶⁵ Court of Justice of the European Union, Advocate General's Opinions in Cases C-358/14 Poland v Parliament and Council, C-477/14 Pillbox 38 (UK) Limited, and C-547/14 Philip Morris Brands SARL and Others, Press Release No 154/15, 23 Decembre 2015, consulté le 4 mai 2021

⁶⁶ Monckton Chambers, [Court of Justice confirms validity of the new Tobacco Products Directive and rejects challenges to e-cigarette provisions and menthol cigarettes ban](#), website, 24 Mai 2016, consulté le 4 mai 2021

⁶⁷ [Brazil's Highest Court Upholds Ban on Flavored Tobacco Products](#), Statement of Matthew L. Myers, President, Campaign for Tobacco-Free Kids, 1er février 2018, consulté le 3 mai 2021

⁶⁸ [National Confederation of Industry \(Confederação Nacional da Indústria\) v. ANVISA](#), February 01, 2018, Supreme Federal Court of Brazil

ont immédiatement réagi Carlos Lopez, alors directeur des affaires institutionnelles de British American Tobacco, a interpellé le Ministre dans [une lettre ouverte](#), mentionnant le fait qu'il n'existait pas à ce jour de preuves scientifiques démontrant que les produits du tabac mentholés étaient plus nocifs et plus addictifs que les produits du tabac non-mentholés.

Pourtant, selon une récente étude publiée dans la revue Tobacco Control, le menthol semble ralentir la tendance générale de la baisse de la consommation tabagique. Aux États-Unis, les cigarettes au menthol ont induit la consommation de 10,1 millions de fumeurs additionnels et 378 000 décès prématurés entre 1980 et 2018. Selon l'étude, en l'absence de cigarettes au menthol, la prévalence globale du tabagisme aux États-Unis serait ainsi passée de 33,2% en 1980 à 11,1%, contre 13,7% observés en 2018⁶⁹.

Au Chili, un nouveau projet de loi a été introduit en 2015, soutenu par des données montrant une très forte consommation de cigarettes au menthol par les jeunes (66% pour les fumeurs de moins de 18 ans⁷⁰). En réponse au nouveau projet de loi, British American Tobacco (BAT) a menacé de retirer ses activités du Chili⁷¹ et a indiqué dans un communiqué que la mesure « *affecterait des milliers de Chiliens responsables* ». La loi, bien qu'adopté au niveau du Sénat en février 2020, nécessite encore la validation de la chambre des députés et de la signature du président. Pendant ce temps, les cigarettes mentholées gagnent toujours plus de terrain auprès des jeunes dans le pays.

e. Les référendums et les vastes campagnes de désinformation

Aux États-Unis, le projet de loi SB 793, voté le 28 août 2020 prévoyait d'interdire la vente de produits du tabac et de la nicotine aromatisés à partir du 1^{er} janvier 2021 en Californie. Suite aux pressions de l'industrie du tabac, qui a déployé d'importants moyens de lobbying pour bloquer son introduction, la loi a été reportée à la consultation électorale de mi-mandat en 2022⁷². L'industrie du tabac (Philip Morris USA et sa filiale américaine Smokeless Tobacco Co., ainsi que R.J. Reynolds Tobacco Co.) a dépensé 21 millions de dollars pour recueillir les signatures nécessaires pour faire valider le référendum d'initiative populaire⁷³.

Ce référendum est l'un des deux volets de l'attaque de l'industrie du tabac contre la nouvelle loi en Californie. Les compagnies de tabac ont également intenté une action en justice au niveau fédéral à l'encontre de l'État de Californie, demandant une injonction pour bloquer la nouvelle loi, arguant que la mesure est « disproportionnée et ne permettrait pas de répondre aux objectifs légitimes de santé publique concernant l'utilisation des produits du tabac par les jeunes ». L'industrie du tabac a également diffusé des publicités télévisées avant le vote de l'Assemblée législative qui affirmaient qu'en exemptant de l'interdiction les cigares et le tabac à chicha, les législateurs accordaient « un traitement spécial aux riches et [stigmatisaient] certaines populations de couleur ».⁷⁴

⁶⁹ Lee TT, Mendez D. An estimation of the harm of menthol cigarettes in the United States from 1980 to 2018. Tobacco Control Published Online First: 25 February 2021. doi: [10.1136/tobaccocontrol-2020-056256](https://doi.org/10.1136/tobaccocontrol-2020-056256)

⁷⁰ Chile Libre de Tabaco, [Encuesta sobre consumo de Tabaco Mentolado en Santiago: resultados principales](#). 2015, consulté le 3 mai 2021

⁷¹ British American Tobacco, [Chile : BAT to cease operations, BAT press release](#), 14 juillet 2015, consulté le 3 mai 2021

⁷² Génération Sans Tabac, [Californie : l'interdiction des arômes reportée suite au recours de l'industrie du tabac](#), 28 janvier 2021, consulté le 4 mai 2021

⁷³ Génération Sans Tabac, [Californie : l'industrie du tabac tente de bloquer l'interdiction des ventes de produits aromatisés](#), 25 novembre 2020, consulté le 4 mai 2021

⁷⁴ Rachel Sandler, [California's Flavored Tobacco Will Be Decided By Voters After Push From Tobacco Industry](#), Forbes, 22 janvier 2021, consulté le 4 mai 2021

3. Les contournements mis en place dans l'UE depuis l'interdiction

a. La situation dans l'Union Européenne

Dans l'Union européenne, la part de marché moyenne des cigarettes aromatisées au menthol était de 3%. En ajoutant les produits du tabac avec des capsules aromatisées (notamment les cigarillos), la part de marché grimpeait à près de 7%, avec d'importantes disparités selon les pays. En 2020, Euromonitor estimait l'ensemble du marché européen du menthol à environ 9,7 milliards d'euros dans l'UE. Les pays où la consommation de menthol était la plus élevée étaient la Finlande, la Suède, la Pologne, la Hongrie et le Royaume-Uni, avec des parts de marché pouvant atteindre jusqu'à 15%. En y ajoutant les produits du tabac avec des capsules aromatisées (menthol et autres arômes), les parts de marché pouvaient atteindre plus de 25% en Pologne et plus de 20% au Royaume-Uni.

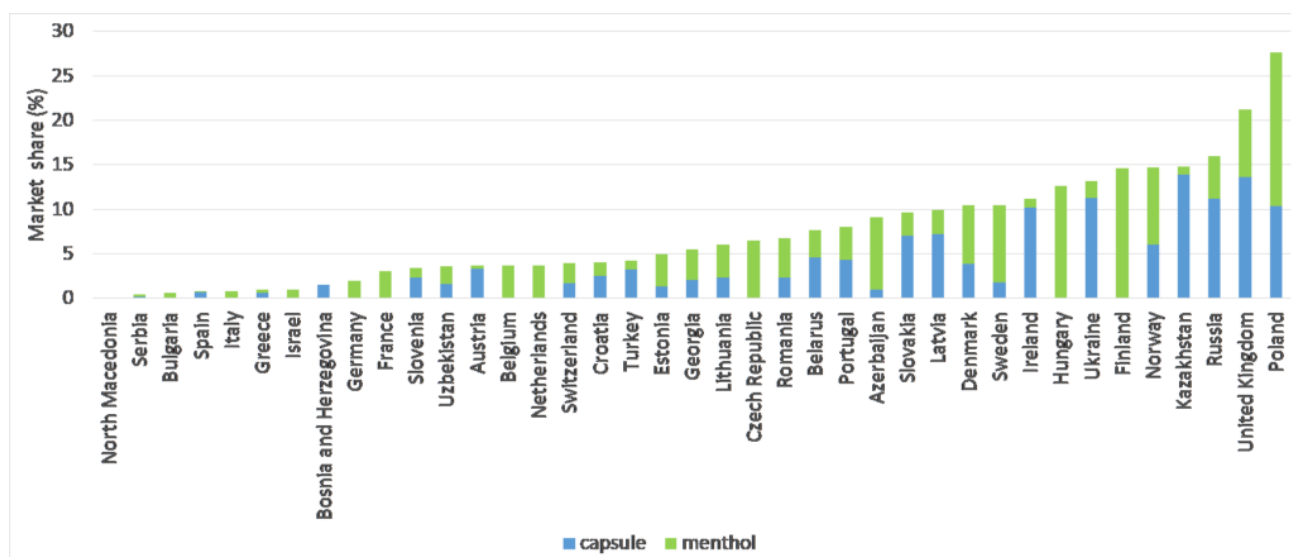


Figure 1 - Part de marché du menthol et des capsules en Europe, région de l'OMS, 2018 (Source: [Euromonitor International](#)). Les produits du tabac avec capsules aromatisées (tous les arômes) en bleu et les cigarettes goût menthol (sans capsule) en vert.

Pour contourner l'interdiction du menthol afin de réduire la portée de la mesure de santé et maintenir leurs parts de marché, les fabricants de tabac, devenus de plus en plus des fabricants de tout type de produits de nicotine dite récréative, ont lancé de nouveaux produits.

Un an après l'interdiction, 7 alternatives légales aux cigarettes mentholées, qui ont fait l'objet de stratégies marketing agressives, ont été recensées dans les pays de l'Union Européenne. (Voir illustrations en annexes)

Produits du tabac :

1. Tabac chauffé offrant des saveurs menthol ;

2. Autres marques de cigarettes contenant des résidus de menthol (En effet, la directive européenne de 2014, à l'origine de cette disposition, interdit les arômes « *caractérisants* », et non la présence résiduelle de menthol en tant que telle) ;
3. Cigarillos mentholés ;
4. Autres produits du tabac (tabac à pipe / tabac à chicha mentholé).

Autres produits de la nicotine :

5. Cigarettes électroniques et liquides/recharges au menthol ;
6. Autres produits contenant de la nicotine (pochettes de nicotine au menthol) ;

Autres :

7. Les accessoires (Cartes fraîcheurs, filtres à capsule...) ;

Les données du tableau ci-dessous proviennent des retours des membres européens de la coalition [SmokeFree Partnership](#).

Deux questions ont ainsi été posées aux membres de la coalition :

- *Depuis l'entrée en vigueur de l'interdiction du menthol pour les cigarettes et le tabac à rouler en mai 2020, avez-vous remarqué le lancement / la promotion de nouveaux produits proposés pour remplacer les cigarettes au menthol dans votre pays ?*

- *Si oui, quel type de produits ?*

- Tabac chauffé
- Cigarettes électroniques
- Cigares, / cigarillos
- D'autres marques de cigarettes remplaçant celles au menthol telles que Camel Fresh, Winston X Sphere fresh, autres
- D'autres produits ?

Les réponses ont été collectées entre le 16 avril 2021 et le 10 mai 2021.

Limites

Il s'agit d'avoir un premier aperçu des alternatives mentholées disponibles dans plusieurs pays de l'UE depuis l'interdiction en mai 2020. Il est possible qu'une alternative non-indiquée soit présente dans le pays mais n'ait pas encore fait l'objet d'une promotion active et de ce fait n'ait pas été signalée par les répondants. Les alternatives disponibles dans chacun des pays sont les plus accessibles et pour lesquelles l'industrie du tabac a effectué des opérations marketing. Il est nécessaire d'élargir l'observatoire à l'ensemble des pays membres et d'approfondir ce dernier.

Premiers résultats – un an après, la majorité des pays constate la présence d'alternatives

	France	Allemagne	Belgique	Espagne	Danemark	Irlande	Roumanie	Pays-Bas	Pologne	Slovénie	Suède	Royaume-Uni	Total
Tabac chauffé	Oui	Oui	/	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	/	/	Oui	10
E-cigarette	Oui	Oui	Oui	Oui	/	Oui	Oui	Oui	Oui	/	/	Oui	9
Cigares/cigarillos	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	/	/	Oui	9
Autres marques de cigarettes	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	/	/	/	Oui	9
Autres produits du tabac	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	/	/	/	/	/	/	/	5
Autres produits de la nicotine	/	Oui	Oui	/	/	/	/	/	/	Oui	/	Oui	4
Autres produits (accessoires)	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	/	/	/	Oui	9
Nombre d'alternatives disponibles	6	7	6	6	5	5	5	5	3	1	0	6	

Pays disposant de plus d'alternatives aux cigarettes mentholées dans l'UE⁷⁵ :

1. Allemagne - 7
2. Belgique – 6
3. Espagne - 6
4. France – 6
5. Danemark – 5
6. Irlande – 5
7. Royaume-Uni – 5
8. Roumanie – 5
9. Pays-Bas – 5
10. Pologne – 3
11. Slovénie – 1
12. Suède – 0

Alternative mentholée la plus disponible dans l'UE

1. Tabac chauffé (PMI – BAT)
2. Autres marques de cigarettes contenant des résidus de menthol (JTI – Landewyck - BAT)
3. Les accessoires (Cartes fraîcheurs, filtres à capsule...)
4. Cigarillos (JTI – Landewyck...)
5. Cigarettes électroniques (BAT – JTI – Imperial Brands)
6. Autres produits contenant de la nicotine (pochettes de nicotine)
7. Autres produits du tabac (tabac à pipe – tabac à chicha)

Selon ces données, on constate que l'industrie du tabac a rapidement investi la majorité des marchés de l'UE avec ses alternatives mentholées. Un an après l'interdiction, à l'exception de la Suède, l'ensemble des pays interrogés ont constaté la présence d'alternatives et la promotion active de ces dernières. L'industrie du tabac a en effet profité de l'interdiction du menthol pour faire la promotion de ses nouveaux produits dans de nombreux pays de l'UE (tabac chauffé et produits du vapotage).

Les alternatives mentholées qu'on retrouve le plus et qui font l'objet d'une promotion active sont les saveurs mentholées pour le tabac chauffé (10 pays sur 12), les autres marques de cigarettes avec des résidus de menthol et les accessoires (présents dans 9 pays ayant répondu au sondage), suivis des cigarillos (9 pays) et des arômes mentholés pour les cigarettes électroniques (9 pays).

⁷⁵ Le Royaume-Uni avait transposé la directive européenne avant de quitter l'UE

Les autres marques de cigarettes présentant des résidus de menthol sont disponibles dans l'ensemble des pays interrogés à l'exception de la Suède et de la Pologne.

Les autres produits du tabac, comme le tabac à pipe / tabac à chicha goût menthol semble être proposés comme alternative dans quatre pays (Allemagne, Belgique, France et Danemark), les autres produits de la nicotine comme les sachets de nicotine semblent gagner du terrain en Europe où ils sont proposés comme alternative dans 4 pays.



Opal Green Grovskåren Tobak
Opal Green Grovskåren Tobak. Kan bruges til cigaretrulning. Samme tobak som Top Ice.
160 g i dåse

Figure 1 - Tabac à pipe mentholé au Danemark



Figure 2 - Sachets de nicotine du fabricant BAT présents sur plusieurs marchés de l'UE

Selon ces premiers résultats, il semblerait que l'ensemble des alternatives recensées soient disponibles et fassent l'objet de promotion en Allemagne. En Belgique, seul le tabac chauffé ne fait pas l'objet d'une promotion renforcée et en Espagne seul les nouveaux produits comme les pochettes de nicotine ne sont pas disponibles.

En effet, les sachets de nicotine de BAT ne sont pas encore disponibles dans l'ensemble des pays de l'UE pour le moment (Uniquement Europe centrale + Royaume-Uni selon les données de mai 2021).

La Suède n'a, quant à elle, pas fait état d'une hausse des activités marketing de l'industrie du tabac suite à l'interdiction et la Slovénie a constaté une communication renforcée autour de nouveaux produits de la nicotine.

Le principe de l'interdiction ne concerne que les cigarettes manufacturées et le tabac à rouler.

La DPT présente une faille juridique au niveau des produits concernés et le principe de l'interdiction ne concerne pas tous les produits évoqués autres que les cigarettes manufacturées et le tabac à rouler. L'ensemble des fabricants sont ainsi très actifs sur le marché du menthol.

- Imperial Brands avec sa marque « Rizla + », a lancé des filtres à capsules mentholées pour les cigarettes roulées. La saveur est émise en faisant pression sur le filtre ;
- Imperial Brands a également lancé des « cartes fraîcheurs » conçues pour donner une saveur mentholée si elles sont insérées dans un paquet de cigarettes ou de tabac roulé ;
- En France et dans plusieurs pays de l'UE, JTI a également développé une gamme de cigarettes « Fresh »

qui contiennent des résidus de menthol. Ces produits ont le goût et l'odeur de menthol, sans contenir la substance. BAT et Philip Morris ont également mis ce type de produit sur les marchés ;

- De nouveaux cigarillos en forme de cigarette, dotés d'une capsule de menthol, ont été lancés par JTI début 2020, à l'instar des cigarettes convertibles qui avaient remporté un grand succès auprès des jeunes il y a une dizaine d'années. JTI fait la promotion active de ces marques de cigarillos dans la presse professionnelle ;

- Philip Morris fait une promotion de son tabac chauffé en version saveur mentholée en particulier dans la presse professionnelle, ce produit n'étant pas non plus soumis à l'interdiction ;

- Les liquides et pods mentholés destinés aux cigarettes électroniques des fabricants de tabac (BAT, JTI, Imperial Brands) font l'objet d'une promotion particulièrement soutenue ;

- Des cigarettes électroniques jetables au menthol ont également été lancées (marque indépendante).

L'ensemble des fabricants de tabac ont par ailleurs profité de cette interdiction pour promouvoir leurs nouveaux produits du tabac et de la nicotine, non seulement sur les lieux de vente, mais également ligne en créant des vitrines dédiées sur leurs sites internet.

b. Focus : la situation en France

En France, on retrouve 6 des 7 alternatives mentholées suite à l'interdiction de la directive (les autres marques de cigarettes, les cigarillos, accessoires, le tabac chauffé, les autres produits du tabac, les autres produits du tabac au menthol et les produits du vapotage). Seuls les autres produits comme les sachets de nicotine ne sont pas à ce jour sur le marché français. Les exemples ci-dessous montrent que les fabricants de tabac utilisent non seulement l'innovation de produits pour contourner l'interdiction et maintenir un marché pour leurs produits à base de menthol mais exploitent aussi l'ambiguïté autour de la définition du terme arôme « caractérisant ».

La Direction Générale de la Santé (DGS) a ouvert une enquête⁷⁶, après l'accusation de British American Tobacco (BAT) à l'encontre de son concurrent, Japan Tobacco International (JTI). Selon le cigarettier, JTI (Camel, Winston), ne respecterait pas l'interdiction de vente de cigarettes mentholées. Selon British American Tobacco, les cigarettes « fresh » proposées par JTI contiendraient des niveaux résiduels de menthol. Ces produits s'appuient sur un flou juridique relatif à l'interdiction de vente de cigarettes et tabac à rouler mentholés. En effet, la directive européenne de 2014, à l'origine de cette disposition, interdit les arômes « caractérisants », et non la présence résiduelle de menthol en tant que telle.

Selon un article du Parisien du 16 mai 2021⁷⁷, les investigations de la DGS vont se poursuivre dans les 27 pays membres de l'UE confrontés à ces mêmes contournements. L'enquête française a déjà permis d'identifier plus de 300 produits soupçonnés de contenir des arômes interdits. L'enquête de la DGS entend s'appuyer sur des investigations européennes et notamment sur un panel d'experts indépendants chargés de qualifier les arômes contenus dans ces produits.

⁷⁶ Génération Sans Tabac, [Contournement de l'interdiction du menthol : les pouvoirs publics ouvrent une enquête](#), 24 août 2020, consulté le 5 mai 2021

⁷⁷ Vincent Vériér, [Cigarettes mentholées : quatre fabricants soupçonnés de contourner l'interdiction](#), 16 mai 2021, consulté le 17 mai 2021



Selon les dernières données de vente disponibles concernant la période allant de janvier à novembre 2020, il apparaît que les marques de JTI lancées pour contourner la mesure d'interdiction des cigarettes mentholées réalisent de bons résultats puisqu'elles sont déjà classées dans les 50 premières marques les plus vendues.

Elles occupent respectivement la 33ème et 34ème place avec les données suivantes⁷⁸ :

33 : Winston XSphere Fresh en 20, Prix : 10 Euros, 0,7% de part de marché – volume vendu : en milliers d'unités : 232 150

34 : Camel Shift Fresh KS en 20, Prix 10,20 Euros – 0,7% de part de marché - volume vendu : en milliers d'unités : 221 245

Malgré la dénonciation de BAT, la compagnie, avec sa marque Lucky Strike commercialise également des cigarettes « fresh », les Lucky Strike X series.

⁷⁸ Revue des Tabac, avril 2021, n° 695



Plusieurs fabricants de tabac ont lancé de nouveaux cigarillos de type cigarettes avec une capsule de menthol. Ces cigarillos ne sont pas concernés par le conditionnement neutre et les obligations d'étiquetage concernant les cigarettes. De la même manière, ils ne sont pas non plus soumis à la réglementation interdisant les arômes attractifs. Cela signifie que les cigarillos peuvent légalement être vendus en petits paquets enfant de 10 unités, soit environ la moitié du prix des paquets de cigarettes.

Des chercheurs de l'université de Bath⁷⁹ affirment que l'introduction de cigarillos mentholés semblables à des cigarettes aide les grandes sociétés de tabac à contourner les mesures de santé publique restrictives visant à réduire le tabagisme. Ces produits vendus à des prix bien plus abordables que les cigarettes traditionnelles renforcent leur attrait pour les consommateurs, en particulier pour les fumeurs les plus pauvres et les jeunes.



Autres produits du tabac

⁷⁹ Branston JR, Hiscock R, Silver K, et al. *Cigarette-like cigarillo introduced to bypass taxation, standardised packaging, minimum pack sizes, and menthol ban in the UK* Tobacco Control Published Online First: 26 August 2020. doi: 10.1136/tobaccocontrol-2020-055700

Les autres produits du tabac, comme le tabac à chicha ou le tabac à pipe ne sont pas concernés par l'interdiction du menthol. Ces produits sont disponibles en France mais ne font pas l'objet d'une promotion particulière, même dans la presse professionnelle. Sur les lieux de vente, les arômes mentholés pour le tabac à chicha étaient peu disponibles.



Accessoires

Dès le lendemain de l'interdiction, le 21 mai 2020, des cartes fraîcheurs ont été proposées à la vente dans les débits de tabac à l'initiative de Rizla + du fabricant Imperial Brands, ainsi que de Hipzz, une marque indépendante. Celles-ci ont été affichées de manière très visible au niveau des caisses sur les lieux de vente à des prix attractifs (en moyenne 1€ pour une carte). Le discours des buralistes était de proposer cette alternative efficace et peu coûteuse aux clients demandeurs de produits mentholés.



Produits des marques indépendantes

D'autres produits mentholés commercialisés par des fabricants indépendants ont fait leur apparition depuis l'interdiction, mais il s'agit davantage de contournements issus de l'effet d'annonce de l'interdiction. Il s'agit notamment des pierres mentholées, qui ont la même fonctionnalité que les cartes fraîcheurs mais ne sont pas uniquement réservées au tabac. La marque (illustration ci-dessous), a rebondi sur l'interdiction du menthol pour communiquer sur la possibilité d'utiliser son produit pour parfumer aussi les produits du tabac mais son utilisation semble rester marginale.



En 2021, une nouvelle électronique cigarette jetable offrant des saveurs mentholées a fait son apparition dans les débits et dans la presse professionnelle : la Vaze.

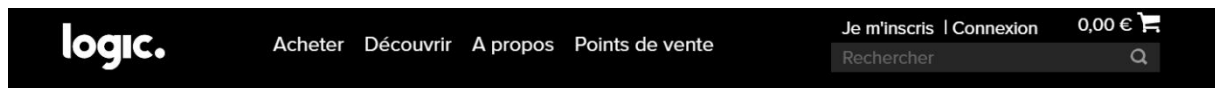
Proposée à un prix attractif (5€), en nombre d'utilisation, elle correspondrait à l'équivalent en nicotine d'un paquet de cigarette. Ce produit étant relativement nouveau sur le marché, nous manquons recul pour estimer son utilisation en France. Elle est toutefois présentée dans le « top des ventes » sur plusieurs sites de vente en ligne de vapotage.



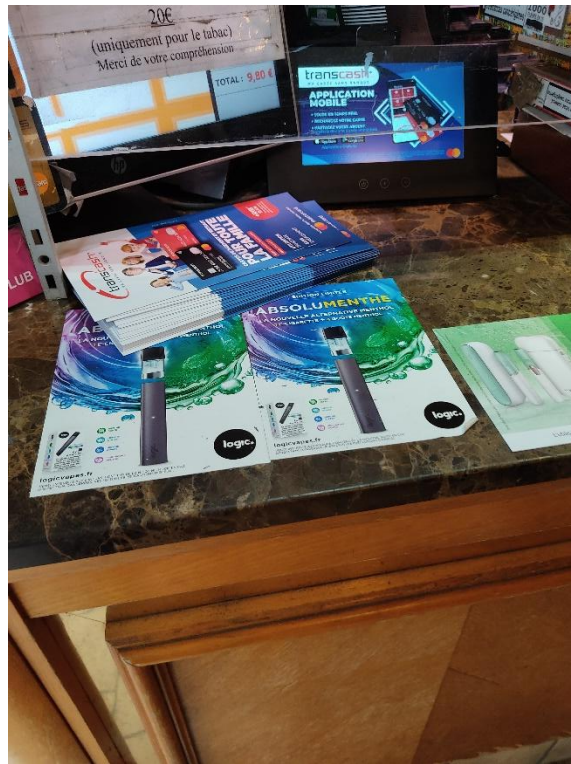
Nouveaux produits

En plus d'avoir réalisé une promotion active de leurs alternatives sur les lieux de vente, les fabricants de tabac ont mis à jour leurs sites Web et des pages spécifiquement dédiées au menthol ont été mises en ligne à l'attention des consommateurs en lien avec l'entrée en vigueur de la mesure d'interdiction. Bien qu'ils soient supposés être mis en place pour ne fournir que des éléments informatifs, ces sites Web constituent en réalité des vitrines promotionnelles de leurs nouveaux produits. Ceux-ci incluent les produits du tabac chauffés tels que IQOS de PMI et ses mini-cigarettes HEETS, ainsi que les cigarettes électroniques des marques Vuse (anciennement Vype de BAT), Logic (Japan Tobacco International) et Myblu (Imperial Brands).

Deux marques (Logic et Vuse) avaient mis en place des projets dédiés exclusivement au menthol avec une communication déclinée sur les lieux de vente et en ligne (site internet et réseaux sociaux).



 **LIVRAISON OFFERTE DÈS 30€ D'ACHATS.**
En cette situation exceptionnelle, les délais de livraison peuvent être rallongés.





La mise au « vert » d'IQOS France – PMI (lieux de vente et site internet)

ESSAYEZ IQOS SANS ENGAGEMENT

A la maison pendant 30 jours.

ESSAYEZ IQOS PENDANT 30 JOURS

Pour 1€ avec un accompagnement personnalisé.

EN SAVOIR PLUS →

IQOS 3 DUO ICEBERG

Edition limitée

EN SAVOIR PLUS →



Les saveurs mentholées pour le tabac chauffé



Dès janvier 2020 et tout au long de l'année, Philip Morris a communiqué dans la presse professionnelle sur la disponibilité de ses saveurs mentholées, en direction des détaillants devenus prescripteurs.

**Nouveau paquet
Même goût**

Intense

Goût Tabac ————— Intense ————— Goût menthol

GOÛTS MENTHOL

BLUE SELECTION
Intense
Code: 084224

TURQUOISE SELECTION
Intense
Code: 084220

Ce produit du tabac nuit à votre santé et crée une dépendance

En tant que prescripteur, dès l'entrée en vigueur de l'interdiction du menthol, le débitant de tabac propose le nouveau produit que le fabricant s'efforce d'imposer sur le marché.

Cette interdiction a ainsi été l'occasion pour l'industrie du tabac de faire la promotion de son produit sous couvert de « réduction des risques », et de capter ainsi des consommateurs de cigarettes mentholées avec un double argument : ces saveurs restent disponibles et le tabac chauffé comme les cigarettes électroniques sont des alternatives moins risquées.

On peut lire sur le site Vuse, du fabricant BAT : « *les buralistes ne seront bientôt plus autorisés à vendre de cigarettes et de tabac à rouler au menthol. Cependant, cette loi ne s'appliquera pas aux autres produits comme les cigares, cigarillos, ou autre tabac à pipe... Et bonne nouvelle pour tous les utilisateurs de la cigarette électronique, elle ne tiendra pas non plus compte des produits de vapotage ! ... Alors si la nouvelle loi sur la fin des cigarettes mentholées est préoccupante, il existe un moyen de se satisfaire : il s'appelle Vype !* »

Les saveurs ne se limitent pas à la simple saveur mentholée mais se déclinent en alliant menthol et saveur sucrée (menthe caramélisée, ou mélange avec des saveurs fruitées). Or, ces saveurs comme les saveurs fruitées ont été reconnues plus attractives, favorisant notamment l'initiation des plus jeunes⁸⁰⁻⁸¹. Vuse a d'ailleurs utilisé son projet « Experimenthe » dédié au menthol pour recruter des testeurs et leur faire découvrir gratuitement les saveurs mentholées afin qu'ils partagent leurs avis sur les réseaux sociaux.

Ce faisant, l'industrie du tabac contourne par tous les moyens l'interdiction du menthol qui ne concerne que les cigarettes manufacturées et le tabac à rouler. La finalité pour les fabricants demeure naturellement la même : le développement de ses marges bénéficiaires, particulièrement lucratives en ce qui concerne ces nouveaux produits. Pour y parvenir, elle propose différentes portes d'entrée vers tous ses produits de nicotine, facilitant les co-consommations ou les transferts selon la réglementation différenciée qui s'y applique.

c. Irlande et Royaume-Uni

L'Irlande et le Royaume-Uni connaissent des situations très similaires à celle de la France en matière de contournements de l'interdiction, et ces pratiques ont été largement documentées⁸². Les premiers résultats indiquent que l'omniprésence des alternatives mentholées affaiblissent la mesure d'interdiction comme la lutte antitabac dans les pays concernés, mais également qu'elle contribue à freiner la baisse de la prévalence tabagique.

Des chercheurs de l'Université de Bath⁸³ affirment que l'introduction de cigarillos mentholés semblables à des cigarettes combinée aux faibles législations autour de ces produits sur le marché britannique aident les grandes sociétés de tabac à contourner les mesures de santé publique strictes visant à réduire le tabagisme.

⁸⁰ Campaign for Tobacco-Free Kids, *Ending the sale of flavored products*, mis à jour le 4 janvier 2021, consulté le 5 mai 2021

⁸¹ Ambrose, BK, et al., "Flavored Tobacco Product Use Among US Youth Aged 12-17 Years, 2013-2014," *Journal of the American Medical Association*, published online October 26, 2015.

⁸² Hiscock R, Silver K, Zatoński M, et al Tobacco industry tactics to circumvent and undermine the menthol cigarette ban in the UK *Tobacco Control* 2020;**29**:e138-e142.

⁸³ Branston JR, Hiscock R, Silver K, et al *Cigarette-like cigarillo introduced to bypass taxation, standardised packaging, minimum pack sizes, and menthol ban in the UK* *Tobacco Control* Published Online First: 26 August 2020. doi: 10.1136/tobaccocontrol-2020-055700

Une plus récente étude publiée dans la revue Tobacco Control⁸⁴ indique que l'évolution continue d'alternatives mentholées est susceptible de perpétuer l'hypothèse erronée selon laquelle les produits mentholés sont une option « plus saine » que les cigarettes sans menthol. En introduisant davantage de variant de menthol dans ses nouveaux produits, les fabricants de tabac tentent de conserver des clients qui, autrement, pourraient abandonner complètement les produits du tabac et de la nicotine.

En Irlande, le ministre de la santé, Simon Harris, a appelé à un recours de l'Union européenne à l'encontre de certaines sociétés de tabac qui, selon lui, « sapent » délibérément l'interdiction des cigarettes mentholées⁸⁵. Philip Morris International, a introduit une version menthol de sa marque Marlboro (Marlboro Bright – Le mélange menthol de Marlboro). Pour PMI, ce nouveau produit est en conformité avec l'interdiction car, selon la compagnie, la cigarette n'a pas le goût du menthol lorsqu'elle est fumée. Cependant, suite aux critiques, la compagnie s'est par la suite rétractée, indiquant un malentendu dans le choix inapproprié de mots, ouvert à des interprétations erronées et a insisté sur le fait que Marlboro Bright est « une cigarette traditionnelle sans menthol »⁸⁶.

De son côté, Japan Tobacco International (JTI), le fabricant de Silk Cut, a également fait valoir que sa nouvelle marque de remplacement, Silk Cut Choice Green, est conforme à l'interdiction, bien qu'il admette qu'il utilise des arômes de menthol dans sa fabrication.

Dans les deux pays, en janvier 2020, Japan Tobacco International (JTI) a lancé « *Sterling Dual Capsule Leaf Wrapped* », officiellement vendu sous le nom de cigarillos mais se présentant comme les cigarettes précédemment vendues par la même société et avec le même nom de marque. D'autres compagnies de tabac – Imperial et Scandinavian Tobacco Group – ont depuis lancé des produits similaires. En mars 2020, un paquet de 10 de cigarillos était vendu 4,60£ (soit 0.46£ l'unité), soit moins de la moitié du prix d'un paquet de 20 cigarettes Sterling Dual Capsule (10,95 £ – 0.55£ l'unité).



Figure 2 - Tobacco Tactics

Dans une revue de la presse professionnelle adressée aux détaillants magazine de vente au détail, *The Scottish Grocer*, JTI a déclaré qu'il était « déterminé à offrir aux détaillants autant de choix que possible en lançant de nouveaux produits innovants qui répondent aux tendances actuelles »⁸⁷. Selon les données d'Euromonitor, le marché britannique du cigarillo était en déclin jusqu'à l'entrée en vigueur de la DPT en 2016, mais il est maintenant en croissance. Euromonitor prévoit que les ventes de cigarillos

⁸⁴ Sarah Dance, Karen Evans-Reeves, [Menthol: Tobacco Companies are exploiting loopholes in the UK's characterising flavours ban](#), Tobacco Control Blog, 5 mai 2021, consulté le 6 mai 2021

⁸⁵ Génération Sans Tabac, [Les fabricants de tabac contournent l'interdiction du menthol en Irlande](#), 4 juin 2020, consulté le 5 mai 2021

⁸⁶ Mark Paul, [Philip Morris says Irish ad for 'menthol blend' cigarettes a 'mistake'](#), The Irish Times, 19 juin 2020, consulté le 5 mai 2021

⁸⁷ Quote of Chris Street, *Market Manager UK at Imperial Tobacco* as reported by Grocery Trader (December 2019). "A Fresh New Launch from the World's No.1 Rolling Paper Brand. https://grocerytrader.co.uk/a-fresh-new-launch-from-the-worlds-no-1-rolling-paper-brand/#_edn2

continueront d'augmenter, alors que les ventes de cigares devraient poursuivre leur décroissance sur le long terme⁸⁸. Comme en France, les deux pays ont vu la promotion des autres accessoires, notamment les cartes fraîcheurs, mais aussi les filtres à capsules ou encore les billes insérées dans les filtres pour le tabac à rouler.

Figure 1 - Amazon UK

Figure 2 - Amazon UK

III. Conclusion



Les études montrent que le menthol, parce qu'il facilite l'initiation tabagique et augmente l'addictivité du tabac, est un facteur aggravant du tabagisme.

Considéré comme un simple arôme, le

le consommateur.

menthol perturbe par ailleurs la perception des risques encourus par

En facilitant l'initiation au tabagisme et en réduisant les chances d'en sortir, le menthol est en outre considéré par l'industrie du tabac comme un outil puissant de la perpétuation de l'épidémie tabagique et nicotinique, notamment par le ciblage des jeunes générations, essentiel à la survie économique des cigarettiers.

⁸⁸ Cancer Research UK (2020) Market and tobacco industry response to standardised tobacco packaging in the UK: Summary of two commissioned research projects examining changes in the tobacco market before, and after, the implementation of standardised packaging in the UK. Based on research from the University of Bath (Hiscock R, Augustin N H, Branston J R, Evan-Rees K, Lauber K, Gilmore A B) and the University of Stirling (Critchlow N, Stead M, Angus K, Eadie D, MacKintosh A M). https://www.cancerresearchuk.org/sites/default/files/cruk_summary_paper_-_market_and_industry_response_to_standard_tobacco_packaging_uk_-_december_2020.pdf#

Le tabac mentholé constitue du reste une part importante du marché du tabac : aux Etats-Unis, un tiers des cigarettes consommées chaque année sont des cigarettes mentholées.

Pour ces raisons, les compagnies de tabac s'opposent systématiquement à toute réglementation proposant l'interdiction du menthol dans les produits du tabac. Celle-ci a en particulier fait l'objet d'un lobbying particulièrement intensif des cigarettiers lors de la directive européenne sur les produits du tabac de 2014 (TPD). Les opérations de relations publiques entreprises par les fabricants de tabac ont en partie été couronnées de succès, puisqu'elles ont permis de retarder l'interdiction du menthol de plusieurs années, au 20 mai 2020, mais également de la circonscrire aux cigarettes manufacturées et au tabac à rouler. Le délai accordé aux fabricants a permis à ces derniers de rivaliser d'ingéniosité pour développer dans toute l'Union européenne des alternatives commerciales sur les produits du tabac, ainsi que sur les nouveaux produits de la nicotine.

Ces pratiques de contournement et d'affaiblissement de la mesure finissent de confirmer que le menthol, bien plus qu'un arôme, demeure une des pierres angulaires de la rentabilité des compagnies de tabac. Compte tenu de la place centrale qu'occupe le menthol dans l'épidémie tabagique, son interdiction complète sur l'ensemble des produits du tabac et de la nicotine est de plus en plus envisagée par les acteurs de la santé publique.

Ce dossier a été réalisé par le [Comité National Contre le Tabagisme \(CNCT\)](#), en appui avec [Smoke Free Partnership](#) (SPF) et [l'Union internationale contre la tuberculose et les maladies respiratoires](#) (The Union) avec le soutien financier du Fonds de lutte contre les addictions.

LOGO SPF + LOGO UNION