

# Dix ans de lutte contre le tabac au Québec et l'évolution de la couverture journalistique 1992-2002

La façon dont les médias traitent de la question du tabac est déterminante dans le combat que mènent les professionnels de santé pour en réduire l'usage. Leur influence est telle que, très souvent, ils peuvent être en mesure de retarder, d'affaiblir, voire carrément de faire obstacle à des mesures législatives antitabac, pourtant légitimes, ou, au contraire, d'en faciliter la progression et l'adoption. L'exemple récent du Québec est révélateur de l'évolution de ces deux tendances.

## Contrebande et taxes (1992-1994)

À partir de 1988, le phénomène s'accroissant surtout entre 1992 et 1994, le Québec et quatre des provinces atlantiques du Canada ont été confrontés à la contrebande de cigarettes. De fortes présomptions pèsent aujourd'hui sur les industriels du tabac qui auraient organisé eux-mêmes ce commerce illégal, pour leur propre profit. Ils sont d'ailleurs l'objet d'accusations en ce sens devant la justice américaine.

Durant cette période, les médias québécois alimentaient l'opinion publique en nouvelles alarmantes concernant l'ampleur « sans précédent » de la contrebande, un phénomène « hors de contrôle », ce qui était pourtant loin d'être le cas. Sans aucun élément d'analyse ou d'enquête sérieuse, ils en imputaient la cause aux taxes « scandaleusement » élevées sur les produits du tabac. Des chroniqueurs respectés sont allés jusqu'à assimiler la hausse de la taxation à une « escalade de la stupidité » et à une « grotesque tartufferie ». Quant à ceux qui mettaient en doute ces points de

vue, ils étaient soit ignorés<sup>1</sup>, soit ridiculisés comme étant des « excités du lobby antitabac ».

Au lendemain de la baisse drastique des taxes que les gouvernements du Canada, du Québec et des quatre autres provinces ont dû finalement décréter (février 1994), un quotidien influent titrait : « *Les fumeurs remportent la victoire* ».

## Sponsoring, culture et sport (1996-1997)

Un autre exemple de l'attitude des médias est lié au grand débat public qui a entouré l'adoption de la loi canadienne sur le tabac en 1996-1997. L'une de ses dispositions avait pour effet de restreindre et, éventuellement, d'interdire toute sponsoring par les cigarettiers d'action sportive ou culturelle.

La polémique a porté dans ce cas sur l'existence même des événements commandités, compromise selon les médias par la disparition des fonds en provenance du tabac. Les activistes et les professionnels de santé qui militaient en faveur des mesures proposées, se sont vus qualifier par la presse d'épithètes savoureuses telles que « prohibitionnistes », « tabamaccoutes », « tabacons », « Brigitte Bardot de la nicotine », « ayatollahs » et bien d'autres. En fait, l'intéressant et l'accessoire – car la survie des activités n'étaient aucunement menacées – ont ici occulté ce qui était important et constituait le vrai débat de fond : la réduction de la promotion des produits du tabac comme mesure de santé publique.

La loi a finalement été adoptée (avril 1997), mais avec une portée moindre que le projet initial. Les manifestations sportives ou culturelles ont trouvé depuis de nouveaux sponsors pour remplacer les cigarettiers.

## Virage dans la couverture journalistique (1998-2002)

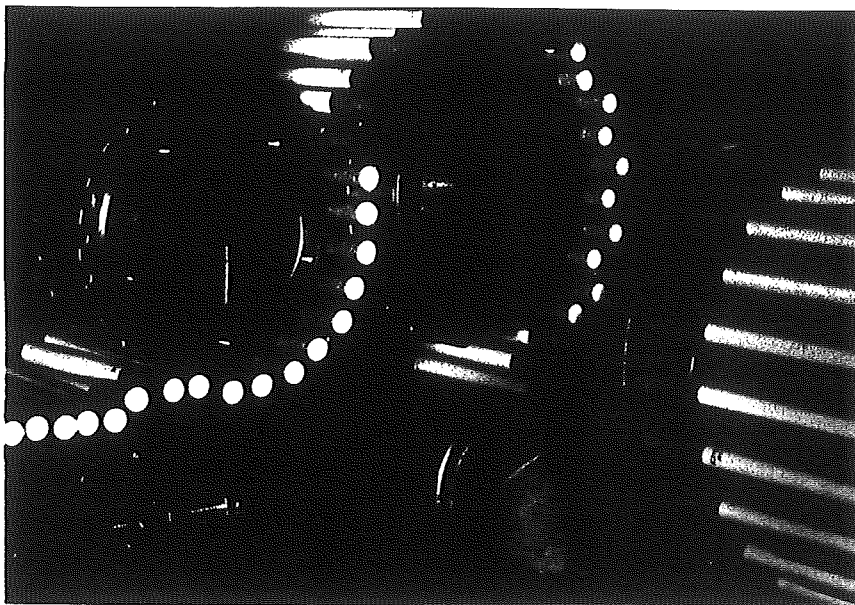
Trois éléments ont, plus que tout autre, contribué aux changements majeurs dans l'attitude des médias au Québec.

En premier lieu, l'adoption en juin 1998 de la loi québécoise sur le tabac. Cette décision politique a induit une nouvelle norme à l'égard du tabac, qui a fait consensus dans la société. La mise en place de la loi s'est faite progressivement et dans le respect des personnes et des milieux visés. Plusieurs journalistes et chroniqueurs qui s'étaient vivement opposés à toute mesure de contrôle, craignant entre autres des affrontements entre fumeurs et non-fumeurs, ont dû reconnaître que leurs appréhensions n'étaient pas fondées.

Depuis, des représentants des médias se sont institués en « chiens de garde » des mesures antitabac, comme l'application rigoureuse de la loi, la hausse des taxes sur les cigarettes et ont relayé les grandes campagnes médiatiques inspirées des exemples provocateurs aux États-Unis.

En second lieu, l'industrie du tabac a perdu toute crédibilité suite à la révélation de certaines de ses pratiques commerciales : présomption de complot et d'organisation d'activités de contrebande, manipulation des taux de

5.4  
GAU  
D



nicotine, dissimulation ou destruction d'informations, études de marketing auprès de mineurs, manipulation des milieux scientifiques et des résultats de recherches, etc. Il lui est maintenant pratiquement impossible de convaincre quiconque de sa bonne foi sur quelque sujet qui ait trait à ses activités.

Enfin, il y a une réelle volonté de la part des partenaires dans la lutte contre le tabac de faire une large place aux médias dans leur stratégie de réduction du tabagisme. On peut résumer leurs démarches en quatre volets :

- **Un présence médiatique continue.** Par le passé, les opposants au tabac ne prenaient publiquement position que de manière discrète et épisodique, avec des résultats très limités. Dès l'annonce de la préparation des lois sur le tabac au Québec (1995-1996), ils ont transmis régulièrement aux médias des prises de positions et organisé des rencontres de presse et des conférences de presse. Ils ont répliqué rapidement, le plus souvent dans les 24 heures, à toute information de nature à maintenir le *statu quo* sur la question du tabac, qu'elle soit émise par l'industrie ou par l'un de ses alliés. En d'autres termes, les militants et les professionnels qui luttent contre le tabagisme sont progressivement devenus des acteurs incontournables sur la scène médiatique.

- **Une information destinée aux journalistes sous forme de documents de synthèse,** particulièrement

sur des aspects controversés : le marketing du tabac auprès des jeunes ; les mythes véhiculés par l'industrie du tabac ; la fumée de tabac dans l'environnement, etc. Au total, en six ans, une quarantaine de ces résumés ont été produits. Le but n'était pas tant qu'ils fassent la manchette, mais plutôt, dans une perspective à moyen terme, qu'ils convainquent les médias que la médaille dont ils contemplaient sans cesse le même côté avait aussi un revers : celui de la santé.

- **La création d'un bulletin mensuel d'information spécialisé dans la lutte contre le tabac.** *Info-tabac* est adressé à une impressionnante liste de médecins, d'infirmières, de journalistes et de députés. Il est aussi disponible sur Internet.

- **Le développement de relations privilégiées avec certains journalistes de confiance.** En de nombreuses occasions, leur travail a grandement contribué à l'évolution des mentalités et a permis de faire progresser le dossier.

#### Intervenir dans le débat public

Il n'y pas de « réalité objective » sur laquelle appuyer des politiques publiques concernant le tabac. La réalité est toujours une notion construite socialement. C'est pourquoi une décision politique concernant le tabac peut ne dépendre qu'accessoirement de la qualité et de la solidité des preuves présentées. Bien que de telles attestations soient nécessaires pour parvenir

à placer la question à l'ordre du jour politique, ce sera rarement suffisant<sup>2</sup>. L'un des facteurs à prendre en considération est le cadre du débat.

Partout dans le monde, l'industrie du tabac est prête à dépenser des centaines de millions de dollars pour s'assurer que son point de vue prévaudra dans l'opinion publique et auprès des politiques qui auront à prendre les décisions. C'est ainsi qu'elle cherchera à détourner l'attention des médias des enjeux réels – contrôle d'un produit mortel, réduction de la dépendance, etc. – vers des préoccupations auxquelles la population est sensible, mais qui n'ont aucune correspondance dans la réalité – risque de pertes d'emploi et fermetures d'usines, disparition d'activités sportives ou culturelles, peur de l'invasion de l'État dans la vie privée, etc.

Pendant des années, les affirmations et les tactiques de ces industriels au Québec sont demeurées incontestées. En monopolisant l'espace public à leur profit, ils s'assuraient qu'aucune mesure n'allait venir faire entrave à leur commerce très lucratif. L'épisode de la contrebande de cigarettes (1992-1994) a été le dernier au cours duquel ils ont eu le champ libre pour manipuler l'opinion à leur guise.

Avec l'entrée en scène, en 1996, de quelques activistes antitabac et professionnels de la santé, disposant pourtant de moyens modestes, l'industrie du tabac n'a cessé de faire face à une opposition structurée et déterminée. Le cadre général du débat en a été profondément changé en faveur du contrôle du tabac et de la santé. Lois sur l'usage du tabac, restrictions sur la publicité, interdiction du sponsoring, avertissements percutants sur les paquets de cigarettes sont autant de gains réalisés dans ce nouveau contexte.

**Louis Gauvin**

Coordonnateur Coalition québécoise pour le contrôle du tabac,  
Président de la 1<sup>re</sup> Conférence internationale francophone sur le contrôle du tabac (Montréal, 15-17 septembre 2002).

1. Un seul journaliste, André Noël de La Presse, a fait une enquête sérieuse et est arrivé à la conclusion qu'il y avait bien eu complot. L'article dans lequel il a fait ces révélations n'a pas pu être publié dans son quotidien.

2. Tobacco Control, juin 1992, vol. 1, n° 2 : 81-3.