



9.1.2 LEGISLATION BELGE : PUBLICITE

Faire la guerre au tabac est rentable à 300 %

FREDERIC SOUMOIS

Question d'actualité : le public modifie-t-il son comportement quand il est exposé aux messages de prévention antitabac ?

Expérience éclairante : il y a seulement vingt ans, le Québec portait le surnom de « compartiment fumeurs » du Canada. Il est pourtant parvenu à réduire le nombre de fumeurs de 38% en 1981 à 22%, alors qu'en Belgique, ce taux, en hausse, est aujourd'hui de 28%. Bien davantage que la Californie (19%) ou l'Utah (14%).

Partout dans le monde, les antitabac se heurtent souvent à l'importance économique de la culture et de la vente du tabac. Quand les revenus et l'emploi manquent, ces arguments, talentueusement distillés par les lobbies de producteurs, peuvent faire mouche. Face à eux, le lobby

antitabac avait peu de chiffres précis à faire valoir. Un vide aujourd'hui comblé par un groupe d'économistes de l'Université de Québec à Montréal, qui ont procédé à une projection de la rentabilité financière de la réduction du nombre de fumeurs.

Malgré leurs options méthodologiques prudentissimes, leur conclusion est claire : pour chaque dollar investi dans des mega-programmes de prévention « grand public » (du style de ceux déployés en Californie), plus de trois retombent dans l'escarcelle publique.

N'ayant retenu que les maladies les plus graves et invalidantes, les chercheurs Patrick Petit et Pierre Ouellette ont déterminé, en scannant l'ensemble des statistiques de santé, que pour chaque pour cent de fumeurs en moins, on assistait à une baisse de 2.835 cas de maladies cardiovasculaires, 62 cas de cancers de

la bouche, 1.331 bronchopneumopathies, 592 malades cardiaques et 98 cancers du poumon.

Selon leurs estimations, le seul coût des soins de santé déployés pour les soigner et qui ne devraient pas l'être si ces citoyens n'étaient pas sous dépendance de la nicotine s'élève à 88,6 millions de dollars canadiens (60 millions d'euros).

Des campagnes tapageuses

Que faudrait-il faire pour obtenir ce résultat d'un pour cent de fumeurs en moins ? Les programmes californiens de prévention, en cours depuis 12 ans, ont obtenu une telle réduction annuelle avec des campagnes ne coûtant que 2,5 euros par habitant.

Transposé au Canada, ce type de communication grand public, assez tapageuse mais qui s'appuie aussi sur les relais que constituent les communautés et les minorités, coûterait 77 mil-

lions par an. En dix ans, et compte tenu que le bénéfice des « non-soins » se cumule, le gain net pour les programmes de santé s'élèverait à 1,6 milliard d'euros. Soit un retour sur investissement qui dépasse trois cents pour cent, directement dans les caisses de l'Etat. Une rentabilité qui fait rêver les investisseurs en ces temps de disette boursière...

Si le calcul intègre les gains apportés par la diminution du nombre de cigarettes des fumeurs soumis à la campagne mais qui n'arrête pas totalement, ce ratio grimpe même à 423%. Ce chiffre, qui devrait encourager les investissements publics en matière de lutte contre le tabagisme, n'intègre même pas les pertes causées par le manque de productivité des malades, ni les conséquences, en grande expansion, du tabagisme passif.

Il ne chiffre pas non plus l'inchiffable, c'est-à-dire la douleur

des malades et le chagrin des familles provoqués par un produit qui cause 4,9 millions de morts par an dans le monde.

Certes, il n'intègre pas non plus le manque à gagner causé aux fabricants et aux distributeurs par la disparition d'une partie de la consommation. Mais cette perte économique est chiffrée par d'autres études menées par le professeur Pierre Ouellette : *La baisse de la consommation de tabac provoque une hausse de la consommation des autres biens. Le panier du consommateur varie vers d'autres produits. En fait, la baisse du tabac crée davantage d'emplois qu'elle n'en fait disparaître.*

Seul bémol, les emplois ainsi créés sont moins rémunérés que ceux de l'industrie du tabac, qui n'hésite pas à payer ses travailleurs peu qualifiés à partir de 35.000 euros nets par an. Il est vrai que leurs bénéfices et leurs moyens sont colossaux. •