

Dire « non » au tabac

Programme de prévention
de l'usage du tabac pour
les élèves du Manitoba

12^e année

Vie saine, Jeunesse et Aînés Manitoba
Fondation manitobaine de lutte contre les dépendances
Éducation Manitoba

Manitoba 

Table des matières

Bienvenue	1
Remerciements	2
Introduction	3
Sur quoi mettre l'accent pour enseigner <i>Dire « non » au tabac</i>	4
Ce qu'il faut éviter lorsqu'on enseigne <i>Dire « non » au tabac</i>	5
Aider les élèves qui présentent un risque élevé	6
Encourager l'appui de la communauté pour l'éducation sur l'usage du tabac	7
Une dernière remarque, si vous fumez	7
Survol du programme de 12 ^e année	8
Objectifs pour la 12 ^e année	8
Survol du programme d'éducation à la santé de 12 ^e année	9
Coup d'œil sur les leçons de la 12 ^e année	10
Leçon un – Le tabagisme, un problème global	11
Un enfant qui fume	13
Présentation de solutions pour lutter contre l'épidémie mondiale de tabagisme	14
Liste de ressources du Web pour la recherche	16
Étude de cas : Malaisie	17
Étude de cas : Sri Lanka	19
Étude de cas : Chine	20
Étude de cas : Inde	23
Rubrique d'évaluation pour les enseignants	26
Rubrique d'évaluation pour les pairs évaluateurs	27



Bienvenue

Nous sommes heureux de présenter la trousse de ressources *Dire « non » au tabac* pour les enseignants manitobains.

Les leçons et renseignements contenus dans les pages qui suivent correspondent aux résultats d'apprentissage contenus dans *Éducation physique et Éducation à la santé : Programme d'études : cadre manitobain des résultats d'apprentissage pour un mode de vie actif et sain* (<http://www.edu.gov.mb.ca/m12/frpub/ped/epes/epesm-s4/index.html>). De plus, certaines leçons comprennent des liens d'apprentissage avec les mathématiques, les sciences et le français.

La trousse est le fruit des efforts de trois organismes : Vie saine, Jeunesse et Aînés Manitoba, la Fondation manitobaine de lutte contre les dépendances et Éducation Manitoba.

D'autres provinces et territoires canadiens ont créé des programmes semblables de lutte contre le tabagisme dans les écoles. Cette trousse de ressources est principalement basée sur des travaux effectués en Colombie-Britannique.

Remerciements

Nous remercions sincèrement *The Heart and Stroke Foundation of British Columbia and Yukon* de nous avoir permis de baser plusieurs leçons et ressources de *Dire « non » au tabac* sur l'information de *bc.tobaccofacts*.

Nous tenons également à remercier les enseignants, libraires et spécialistes des diverses organisations et écoles du Manitoba et de la Colombie-Britannique qui nous ont apporté leur aide pour trouver du matériel, nous ont proposé des méthodes et ont mis nos plans de cours à l'épreuve. Sans leur aide, nous ne pourrions pas aller de l'avant en toute confiance.

© 2009 Fondation manitobaine de lutte contre les dépendances

Introduction

L'éducation concernant le tabac peut être controversée, car il est possible que les parents ou certains membres de la famille des élèves utilisent les produits du tabac et y soient accoutumés. L'introduction propose des manières d'aborder ces situations.

Le Manitoba offre des programmes de prévention de l'usage du tabac dans les écoles depuis longtemps; *Dire « non » au tabac* correspond toutefois aux leçons sur la consommation de substances toxiques et aux résultats d'apprentissage liés à la prévention d'*Éducation physique et Éducation à la santé : Programme d'études : cadre manitobain des résultats d'apprentissage pour un mode de vie actif et sain*. Les résultats d'apprentissage se concentrent sur l'élaboration de messages et d'aptitudes interpersonnelles appropriés selon l'âge, notamment l'apprentissage de la confiance en soi et de la résistance, pour encourager la prise de décisions favorables à la santé et éviter ou refuser de consommer des produits nocifs, incluant le tabac.

Plusieurs leçons de *Dire « non » au tabac* ont des applications dans d'autres champs académiques, notamment en science, en mathématiques et surtout en français. Chaque leçon comprend la liste des résultats spécifiques de la documentation sur les résultats d'apprentissage en Français langue première (FL1) et Français langue seconde-immersion (FL2).

Cette publication peut contenir des liens vers des sites Web pour aider le lecteur à trouver rapidement et aisément d'autres renseignements pertinents. Cette publication n'appuie ni n'approuve en aucune manière le contenu des sites Web de tierces parties cités en référence.

Sur quoi mettre l'accent pour enseigner *Dire « non » au tabac*

Les jeunes commencent à fumer pour diverses raisons. Il n'est donc pas étonnant que certaines méthodes soient plus efficaces que d'autres pour certains élèves et à divers niveaux scolaires. Au Canada, les critères d'efficacité des programmes scolaires de prévention ont été établis par *Santé Canada* et l'*Institut national du cancer du Canada*.¹ Ils sont conformes aux lignes directrices du *U.S. Center for Disease Control and Prevention*, et proposent une méthode d'éducation sur le tabac qui est pluraliste et qui comprend les six messages suivants :

1 Illustrer les effets – immédiats et à long terme – sur le corps, l'apparence et la vie sociale des élèves

Les programmes doivent aider les élèves à comprendre que le tabac peut réduire leur niveau d'énergie, tacher leurs dents, leur donner mauvaise haleine, donner une mauvaise odeur à leurs vêtements, empirer l'asthme et faire en sorte que les amis non-fumeurs les évitent. Les programmes doivent aussi aider les élèves à comprendre que le fait de commencer tôt à garder son corps en bonne santé favorise les chances de vivre une vie saine, que ce soit comme adultes ou comme aînés.

2 Mettre l'accent sur les nouvelles attitudes sociales qui font du tabagisme une activité antisociale

Les programmes doivent présenter la consommation de tabac comme moins acceptable sur le plan social, mettre l'accent sur les attitudes antisociales déjà véhiculées dans la société et aider les élèves à comprendre que la plupart des adolescents ne fument pas.

3 Mettre l'accent sur des moyens autres que le tabac d'être accepté, d'avoir l'air mature et de composer avec le stress

Les programmes doivent aider les élèves à comprendre que certains adolescents fument pour être acceptés par leurs camarades, pour paraître plus matures ou pour mieux composer avec le stress. Les programmes doivent aider les élèves à trouver des manières plus positives d'atteindre ces objectifs.

4 Démystifier les influences sociales qui encouragent l'utilisation du tabac

Les programmes doivent aider les élèves à savoir reconnaître et réfuter les messages des médias, des adultes et de leurs camarades, qui encouragent la consommation de tabac.

5 Renforcer la capacité de résister aux influences sociales qui font la promotion du tabac

Les programmes doivent aider les élèves à acquérir la capacité de refuser et doivent susciter la motivation d'y avoir recours, au moyen de l'instruction directe, de modèles, de la pratique et du renforcement. Les élèves doivent aussi apprendre à aider les autres à développer ces aptitudes.

6 Cultiver les aptitudes générales personnelles et sociales

Les programmes doivent aider les élèves à acquérir l'assurance, les moyens de communiquer et la capacité de fixer des objectifs et de résoudre des problèmes, qualités qui leur permettront d'éviter de consommer du tabac et d'adopter d'autres comportements entraînant des risques pour la santé.²

Sources :

¹ Santé Canada (1994) « Programmes de prévention de l'usage du tabac dans les écoles : *enquête nationale* », Ministère des Approvisionnement et Services, Canada.

² Centers for Disease Control and Prevention (1994) « Guidelines for school health programs to prevent tobacco use and addiction », *Morbidity and Mortality Weekly Report*, 43 (RR-2), 1-18.

Ce qu'il faut éviter lorsqu'on enseigne **Dire « non » au tabac**

Devant l'importance des enjeux, il est facile d'aller trop loin. En tant qu'enseignant, il ne faut pas tomber dans les pièges suivants :

1 Laisser entendre que les jeunes qui fument sont « mauvais »

La plupart du temps, cette démarche échoue, surtout chez les élèves qui ont un risque élevé, car elle présente le tabac comme un moyen de rébellion. De plus, certains élèves de la classe font l'expérience du tabac, fument à l'occasion (ceux qui n'achètent peut-être pas leurs propres cigarettes mais qui aiment fumer celles des autres) ou sont déjà dépendants de la nicotine. Coller une étiquette de « mauvais » aux jeunes qui fument ne leur apprend rien – et n'apprend rien à leurs pairs – car les étiquettes n'apprennent rien. Au contraire, elles donnent encore moins envie d'apprendre de nouvelles réponses à un comportement existant.

2 Laisser entendre que fumer est « stupide »

Les jeunes doivent pouvoir respecter leurs parents et les autres adultes qui les entourent, que ceux-ci fument ou non. En apprenant que la nicotine crée une dépendance et que la société n'a que récemment compris les graves dangers du tabagisme, les jeunes peuvent séparer leurs propres choix de ceux que les adultes fumeurs ont faits par le passé.

3 Exclure les élèves qui ont déjà décidé de ne pas fumer

Certains élèves ont peut-être déjà décidé de ne pas fumer. Dans ce cas, ils peuvent apprendre des moyens d'encourager les autres à ne pas consommer de tabac. Ils feront aussi l'acquisition d'autres compétences qui les aideront à faire des choix sains dans d'autres domaines de leur vie.

4 Encourager les adolescents à critiquer l'usage du tabac à la maison

Même indirectement, il s'agit d'une grave erreur. Certains parents pourraient considérer que l'école s'immisce dans leur vie et vous pourriez perdre leur appui à vos efforts de prévention de l'usage du tabac. Il est préférable d'aider ces jeunes à voir que beaucoup d'adultes fument parce qu'il est difficile d'arrêter et non pas par volonté de se faire du tort.

5 S'attendre à ce que les jeunes affirment leurs droits

Les enfants apprendront que la fumée secondaire est nuisible et ils feront l'acquisition de compétences pour négocier des situations sociales délicates. Toutefois, ils vivront peut-être des conflits, de la peur ou de l'embarras en constatant que des membres de leur famille s'adonnent à une activité qui fait du tort aux autres. Amenez les enfants à faire la distinction entre leurs sentiments concernant l'usage du tabac (qui est nocif) et leurs sentiments concernant le fumeur (qui souffre d'une dépendance).

6 Dire aux jeunes que fumer tue

Ce message pourrait causer de l'anxiété chez les enfants dont les parents ou les proches fument. Faites preuve de délicatesse quand vous donnez des renseignements sur les maladies fatales et insistez sur le fait que les risques sont habituellement à long terme et que le fait d'arrêter de fumer peut renverser la tendance.

7 Avertir les élèves plus âgés qu'ils vont mourir s'ils fument

C'est simple, ils ne vous croiront pas; en fait, les recherches montrent que cette menace peut faire plus de tort que de bien. Il vaut mieux mettre l'accent sur les conséquences immédiates : mauvaise haleine, odeur des cheveux et des vêtements, jaunissement des

dents et des doigts, accoutumance, odeur de tabac constante, coût élevé, toux, maladies, crises d'asthme et infections bronchiques.

8 Croire que vous avez échoué si un élève commence à fumer

Les jeunes commencent à fumer pour des raisons diverses et complexes. Fumer est parfois la norme dans leur foyer, pour composer avec le stress, comme rite de passage, ou comme marque d'indépendance. À vos efforts s'oppose une machine médiatique très puissante et de forts courants culturels. Tant que la société continuera à transmettre des messages conflictuels sur le tabac, les jeunes vont continuer à adopter cette habitude.

Vous pouvez, au mieux, susciter une pensée critique, rehausser l'estime de soi de vos élèves et leur donner les outils, la motivation et l'information dont ils ont besoin pour faire leurs propres choix de mode de vie positifs. Il importe avant tout de convaincre les enfants qu'ils peuvent résister à l'usage du tabac.

Et n'oubliez pas; vous verrez probablement fumer un certain nombre de vos élèves. Ce que vous ne verrez jamais, c'est le nombre d'élèves qui n'ont pas commencé à fumer en raison de l'expérience qu'ils ont vécue en classe.

Aider les élèves qui présentent un risque élevé

De nombreux facteurs contribuent à hausser le risque que les élèves consomment des produits du tabac. Voici les principaux indicateurs :

- situation économique plus faible,
- famille moins éduquée,
- camarades qui consomment des produits du tabac,
- parents, frères et sœurs qui consomment des produits du tabac,
- milieu communautaire qui appuie la consommation de produits du tabac,
- périodes de grande transition, par exemple le déménagement d'une école à une autre, des conflits familiaux, etc.,
- faible estime de soi,
- faibles résultats scolaires,
- schémas de comportement rebelles ou « déviants ».

Vous pouvez répondre à ces facteurs à l'aide de certaines stratégies en classe. Vous constaterez que les leçons de *Dire « non » au tabac* sont conçues de manière à encourager les stratégies pédagogiques suivantes :

- présenter des leçons qui sont inclusives et adaptées au niveau de développement;
- miser sur le travail en groupe et les occasions de faire preuve de leadership;
- encourager les élèves à reconnaître et à examiner d'un œil critique les facteurs qui pourraient les amener à consommer des produits du tabac;
- offrir de multiples activités qui encouragent les élèves à adopter une pensée critique;
- renforcer les réussites;
- diriger les tendances rebelles vers les stratégies de commercialisation de l'industrie du tabac.

Encourager l'appui de la communauté pour l'éducation sur l'usage du tabac

Pour être efficace, le message antitabac doit atteindre les élèves par tous les moyens possibles. Voici des façons de faire intervenir l'entourage et de tirer le maximum de l'éducation sur l'usage du tabac.

Revoquez la politique antitabac de votre école

Les écoles qui permettent l'usage du tabac sur leur terrain ont 25 % plus de diplômés fumeurs que celles qui ne le permettent pas.¹ L'absence de politique « sans fumée » minera significativement le programme de prévention de l'usage de tabac à l'école.

Faites participer les parents

Trouvez des moyens de permettre aux parents d'appuyer vos efforts et de se sentir inclus. La section *Participation de la famille et de la communauté* des plans de leçon comprend des suggestions à cet effet.

Encouragez vos élèves à explorer les nombreuses ressources offertes dans la communauté

Les groupes régionaux de défense des droits et les organismes de la santé peuvent vous proposer des affiches, des brochures, des vidéos, des adresses Web et des conférenciers pour compléter vos leçons.

Coordonnez vos leçons autour d'événements provinciaux ou nationaux

Tirez le maximum de la publicité provinciale ou nationale en participant à des événements tels que la Semaine nationale sans fumée (tenue chaque année pendant la troisième semaine de janvier), la Journée mondiale sans tabac (parrainée chaque 31 mai par l'Organisation mondiale de la Santé) et la Semaine nationale de sensibilisation sur les effets des drogues et de l'alcool (troisième semaine de novembre).


¹Porter, Alan, « Disciplinary attitudes and cigarette smoking: A comparison of two schools », *Family Medicine*, vol 285, 11 décembre 1982, 1725-27.

Une dernière remarque, si vous fumez

Il peut être tentant de cacher à vos élèves que vous fumez. Pourtant, si vos élèves vous surprennent en train de fumer et que vous leur avez caché la vérité, vous provoquerez un véritable désillusionnement.

Pourquoi ne pas plutôt profiter de votre position?

- **Encouragez vos élèves à poser des questions** qui pourraient normalement les gêner, par exemple « Pourquoi fumez-vous si vous savez que c'est mauvais pour vous? » ou « Si vous fumez, pourquoi n'êtes-vous pas malade? »
- **Expliquez à vos élèves que vous voulez les aider à éviter une erreur que vous avez commise.**
- **Cela dit, ne fumez pas devant vos élèves.** Que vous soyez sur le terrain de l'école ou ailleurs, vous représentez toujours un modèle positif pour vos élèves.
- **Si vous arrêtez de fumer, faites-leur part de votre expérience;** ils pourront alors mieux comprendre vos raisons et voir véritablement à quel point il est difficile d'arrêter.



Survol du programme de 12^e année

Objectifs pour la 12^e année

Dire « non » au tabac est une ressource d'apprentissage qui appuie le programme d'Éducation physique et Éducation à la santé, en mettant l'accent sur l'éducation concernant l'usage du tabac et sur la prévention du tabagisme. Vivre sans fumée s'insère dans un vaste effort pour favoriser une vie saine, effort touchant également la bonne alimentation et l'activité au travail et dans les loisirs.

Dire « non » au tabac offre aussi des liens avec certains résultats d'apprentissage des programmes de Français FL1 et FL2, pour chaque année.

Faire participer les autres à la diffusion de *Dire « non » au tabac*

Dire « non » au tabac prévoit des occasions de faire participer les parents, les tuteurs et la communauté aux progrès des élèves, surtout dans les années primaires, notamment par le prolongement des leçons et dans certains cas, par la présentation des travaux d'élèves aux parents et tuteurs.

Survol du programme d'éducation à la santé de 12^e année

- Le document *Éducation physique et Éducation à la santé 12^e année : Programme d'études : cadre manitobain des résultats d'apprentissage et document de mise en œuvre pour un mode de vie actif et sain* ne contient pas de résultats d'apprentissage liés à la prévention du tabagisme, de l'alcoolisme et de la toxicomanie. La leçon *Dire « non » au tabac* pour la 12^e année est donc configurée comme un projet de recherche et de présentation axé sur l'épidémie mondiale de tabagisme.

Coup d'œil sur les leçons pour la 12^e année

Il n'y a pas de résultats d'apprentissage liés à la prévention du tabagisme, de l'alcoolisme et de la toxicomanie pour la 12^e année. Toutefois, les enseignants et les élèves pourraient vouloir envisager la leçon suivante dans le cadre du volet de prestation adaptable de la 12^e année.

Leçon	Thème central de la leçon	Liens avec les programmes d'anglais
LEÇON UN Le tabagisme, un problème global Étude indépendante et examen par les pairs : les élèves examinent et explorent des activités de commercialisation agressives des compagnies de tabac à l'échelle mondiale et conçoivent des moyens d'y mettre un frein. Les élèves pourraient vouloir travailler en petits groupes.	Les élèves : <ul style="list-style-type: none">expliquer comment les grandes multinationales du tabac exploitent l'infrastructure familiale, sociale et économique des habitants des pays en développement.décrire les effets, statistiquement parlant, du tabac sur la santé des populations dans les pays où le taux de la consommation du tabac est à la hausse.expliquer quel rôle jouent les enfants et les jeunes dans la hausse de l'utilisation du tabac, en raison des tactiques employées par les compagnies de tabac.suggérer des façons de contrôler l'usage du tabac à l'échelle mondiale.	FL1 : L'élève sera capable de/d' <ul style="list-style-type: none">réagir de façon critique aux valeurs et aux points de vue présentés dans le discours (CO3)discuter de la qualité de l'information : bien-fondé, pertinence, cohérence, impartialité, véracité, sources (CO3) FL2 : L'élève sera capable de/d' <ul style="list-style-type: none">réagir de façon critique à des textes analytiques et argumentatifs en s'appuyant sur la valeur des informations et la force des arguments présentés, sur l'organisation du texte, et sur l'efficacité de l'analyse et de l'argumentation (CÉ1)

Leçon un

Le tabagisme, un problème global

Aperçu général

Étude indépendante et examen par les pairs : les élèves examinent et explorent des activités de commercialisation agressives des compagnies de tabac à l'échelle mondiale et conçoivent des moyens d'y mettre un frein. Les élèves pourraient vouloir travailler en petits groupes.

Thème central de la leçon

Les élèves seront en mesure :

- d'expliquer comment les grandes multinationales du tabac exploitent l'infrastructure familiale, sociale et économique des habitants des pays en développement;
- de décrire les effets, statistiquement parlant, du tabac sur la santé des populations dans les pays où les taux de consommation du tabac sont à la hausse;
- d'expliquer quel rôle jouent les enfants et les jeunes dans la hausse de l'utilisation du tabac, en raison des tactiques employées par les compagnies de tabac;
- de suggérer des façons de contrôler l'usage du tabac à l'échelle mondiale.

Préparation

Cette leçon est conçue pour une étude indépendante avec une présentation à un auditoire composé de pairs. Créez une trousse pour les élèves contenant les documents suivants :

- Le document à distribuer « un enfant qui fume »;
- Quatre études de cas : Malaisie, Sri Lanka, Chine et Inde;
- « Le tabagisme – un problème global : présentation de solutions pour faire face à une épidémie mondiale de tabagisme » (instructions du projet);
- Liste de ressources du Web pour la recherche;
- Les deux rubriques d'évaluation afin que les élèves puissent voir exactement comment ils seront notés.

Faire participer l'apprenant

Affichez (ou distribuez) la photo de l'enfant qui fume et sollicitez des commentaires.

Dites à la classe que la directrice générale de l'Organisation mondiale de la Santé (OMS) a accordé une place prioritaire à la lutte antitabac dans le monde. Dans le Rapport de l'OMS sur l'épidémie mondiale de tabagisme de 2008, on qualifie le tabagisme comme une épidémie mondiale :

Voici le bilan des décès dus au tabagisme :

- 100 millions de morts au 20^e siècle;
- actuellement 5,4 millions de morts par an.

À moins de prendre des mesures urgentes :

- d'ici à 2030, le nombre de morts dépassera 8 millions par an;
- d'ici à 2030, plus de 80 % des décès liés au tabagisme auront lieu dans les pays en développement;
- on prévoit un milliard de morts au 21^e siècle.
- « Inverser le cours de cette épidémie qui pourrait être entièrement évitée doit maintenant être l'une des toutes premières priorités de la santé publique et des dirigeants politiques dans tous les pays du monde. »

– la D^r Margaret Chan, directrice générale de l'OMS

Activités

- Discutez du tabagisme comme étant un problème de santé qui ne touche pas uniquement l'Amérique du Nord. Nous avons tendance à ne pas prendre en considération les problèmes de santé liés à l'usage du tabac dans d'autres pays, et cette leçon sert à nous rappeler les questions mondiales qui nous affectent tous.

- Posez la question : « Comment serait le Canada si nous n'avions pas de lois et d'actions qui encouragent la vie sans fumée? » Après avoir discuté ce point, faites une comparaison entre le Canada et les pays en développement, en indiquant comment nous avons mis en œuvre des ressources pour aider les gens à arrêter de fumer ainsi que des lois pour protéger les jeunes et réduire l'usage du tabac et la fumée secondaire. Les pays en développement ne disposent pas de telles ressources et lois et, contrairement au Canada, les taux de tabagisme atteignent des niveaux épidémiques dans ces pays.
- Distribuez les troussees d'information pour les élèves, et expliquez les directives.
- Établissez un calendrier pour les rapports et les présentations de projet.

Évaluation

- Utilisez la « Rubrique d'évaluation pour les enseignants » pour évaluer le travail des élèves. Discutez des critères avant d'assigner la tâche, et donnez une copie de la rubrique à chaque élève.
- Cette leçon est conçue avec une présentation aux pairs. Mettez à la disposition de chaque pair évaluateur une copie de la « Rubrique d'évaluation pour les pairs évaluateurs ».
- Le jour des témoignages d'expert, les pairs qui composent l'auditoire du ou des présentateurs aura chacun un rôle à jouer. Lorsque chaque élève ou groupe d'élèves présente son témoignage d'expert sur un certain sujet, les élèves qui composent l'auditoire devront jouer divers rôles : législateurs, représentants scolaires, parents, membres d'une communauté particulière, etc. Les élèves poseront des questions en fonction du rôle qu'ils jouent (p. ex. un élève jouant le rôle d'un parent posera des questions au groupe présentateur de la perspective d'un parent). Chaque membre de l'auditoire doit jouer un rôle et poser une question pertinente à son rôle. Cela constitue un défi particulier pour chaque élève ou groupe d'élèves faisant une présentation. Si la recherche a été faite de façon approfondie,

l'élève ou le groupe d'élèves sera en mesure de répondre aux questions d'une manière qui satisfait les membres de l'auditoire et les informe en même temps.

- Les présentations des élèves pourront également être faites devant un public communautaire plus large. Dans de tels cas, les élèves inviteraient des membres de la communauté, des parents ou d'autres personnes à condition de vous en informer avant de lancer l'invitation.

Prolongements

- Les élèves pourraient faire des recherches plus poussées pour découvrir comment les grandes compagnies de tabac exploitent les pays en développement.

Participation de la famille/communauté

- Vous pourriez inviter un économiste de l'université ou du collège local à venir parler aux élèves des tendances globales en matière de commercialisation du tabac.
- Tel que mentionné plus haut dans la partie « évaluation », on pourrait inviter des membres de la communauté à venir écouter les présentations des élèves.



Un enfant qui fume



Présentation de solutions pour lutter contre l'épidémie mondiale de tabagisme

Le tabagisme – un problème global

Le tabagisme n'est pas un problème qui touche l'Amérique du Nord seulement. C'est un problème dans le monde entier. Étant donné les lois canadiennes qui interdisent les publicités des produits du tabac visant les jeunes, mesures qui ont fait baisser le nombre de fumeurs, les grandes multinationales du tabac concentrent de plus en plus leurs efforts sur les pays où elles sont plus libres de commercialiser leurs produits – surtout auprès des jeunes. Leur succès a engendré une flambée de nouveaux fumeurs dans les pays en développement.

Cette leçon porte sur la conception d'un « témoignage d'expert », qui durera 20 minutes, que vous présenterez à un groupe de pairs et dans le cadre duquel vous :

- étudierez les statistiques relatives à l'usage du tabac dans un pays particulier;
- examinerez les pratiques des compagnies de tabac qui commercialisent leurs produits dans ce pays;
- examinerez les conséquences de l'usage du tabac, notamment pour la santé;
- proposerez des solutions valables pour remédier à cette situation.

Un témoignage d'expert doit être efficace, convaincant et persuasif.

- Vous préparerez une présentation de 20 minutes sur le sujet que vous avez choisi. Vous pouvez utiliser des tableaux, des graphiques ou tout autre élément visuel pour appuyer votre témoignage. Vous n'aurez pas le droit de lire des textes ou des documents pendant la présentation.

- Vous pouvez utiliser n'importe quelle technique pour persuader et capter l'attention de votre auditoire. Employez des expériences personnelles pertinentes, des vignettes d'étude de cas et des statistiques. Mais surtout, soyez instructif : faites bien vos recherches.

ÉTAPE 1 : Présentez un plan

Choisissez un pays

On a inclus quatre études de cas portant sur l'usage du tabac : Malaisie, Sri Lanka, Chine et Inde. Ces études de cas fournissent des renseignements de base quant à l'usage du tabac dans chacun de ces pays. Veuillez les lire et choisir un pays.

Si vous désirez étudier un autre pays, faites tout d'abord des recherches sur le Web pour savoir quel genre d'information est disponible.

Préparez un plan écrit

Au début du projet, soumettez un document de deux ou trois pages décrivant vos plans pour présenter le témoignage d'expert. Le document devrait inclure les éléments suivants :

1. Plan d'ensemble : décrivez les grands traits de votre point de vue ou approche ainsi que vos arguments clés basés sur les recherches choisies.
2. Ressources proposées : Dressez une liste des ressources (p. ex. journaux, revues, Internet, d'autres médias) et du matériel visuel qui sera utilisé par le groupe. Consultez la « Liste de ressources Web pour la recherche » pour commencer vos recherches.

3. Format de présentation : Indiquez le format de présentation choisi (p. ex. diaporama, exposé), ainsi que tout autre matériel (p. ex. équipement audiovisuel) dont vous aurez besoin pour la présentation.
4. Responsabilités du groupe (s'il s'agit d'un projet de groupe) : Fournissez une brève description des rôles et tâches des membres du groupe.

ÉTAPE 2 : Préparez votre présentation

La seconde partie du projet comprend la présentation de vos données de recherche. Préparez votre présentation en gardant à l'esprit le plan suivant. Consultez les rubriques d'évaluation pour obtenir des détails supplémentaires sur ce qu'il faut inclure.

Le plan

Il s'agit d'un « témoignage d'expert ». La présentation devrait durer environ 20 minutes, sans compter les questions de l'auditoire, et comprendre les éléments suivants :

Introduction : Présentez brièvement vous-même ou le groupe.

Présentation du sujet : Décrivez le problème, la préoccupation ou le sujet de controverse que vous allez traiter en assez grand détail.

- **Problème** : Explorez l'origine et l'étendue du sujet et les tendances courantes. (Quel est le problème? Où a-t-il commencé? Qui fait quoi pour le réduire ou le prévenir?)
- **Données démographiques** : Fournissez des statistiques à l'échelle locale, nationale et même internationale, selon le cas. Qui est affecté par ce problème?

- **Impact** : Analysez sur qui ou quoi ce problème a une incidence. Examinez les dimensions économiques, politiques et sociales de la question. Indiquez l'impact futur du problème s'il continue sans mesures correctives.

Solution proposée : Proposez une solution ou un plan concret pour résoudre ou réduire le problème (ce qui est le titre de votre sujet et la partie essentielle de votre présentation).

- Décrivez la base théorique de votre plan ou solution.
- Décrivez le rapport coût-efficacité de la mise en application de la solution que vous proposez.

Résumé de l'argument : Dans vos observations finales, résumez l'essentiel du sujet, indiquez pourquoi vous êtes concerné, ce qui pourrait arriver, ce qui devrait être fait (un appel à l'action).

Liste de ressources du Web pour la recherche

La hausse du tabagisme à l'échelle mondiale est principalement due aux activités des grandes multinationales du tabac qui se tournent vers de nouveaux marchés pour faire face à la réduction du nombre de fumeurs en Amérique du Nord et en Europe. À mesure que l'usage du tabac augmente dans le monde, il est de plus en plus facile d'obtenir des renseignements et des statistiques concernant ce problème.

Ressources pertinentes relatives à l'usage du tabac et aux publicités sur le tabac dans le monde

- **About.com** – statistiques sur l'usage du tabac dans le monde en 2002 (résumé)
<http://quitsmoking.about.com/cs/antismoking/a/statistics.htm> (en anglais seulement)
- **Action on Smoking and Health**
www.ash.org.uk/ (en anglais seulement)
- **Campaign for Tobacco-Free Kids**
www.tobaccofreecenter.org/fr/
- **CBC News Report on Global Smoking Bans**
www.cbc.ca/health/story/2009/09/29/f-smoking-bans-tobacco.html (en anglais seulement)
- **Centers for Disease Control and Prevention – Smoking and Tobacco Use**
www.cdc.gov/tobacco, voir Global Tobacco Control (en anglais seulement)
- **The Framework Convention Alliance for Tobacco Control**
www.fctc.org/ (en anglais seulement)
- **Global Link: Global Tobacco Control**
www.globalink.org/ (en anglais seulement)
- **International Development Research Centre**
www.idrc.ca/ (choisissez « français » et cherchez des ressources sur le « tabac » ou les « publicités sur le tabac »)
- **Centre de recherches pour le développement international** > publications > reportages > commentaires/opinions > Point de vue : La commercialisation du tabac, un écran de fumée
www.idrc.ca/fr/ev-5611-201-1-DO_TOPIC.html
- **Taking On Tobacco** – analyse des campagnes antitabac organisées par l'industrie du tabac
www.takingontobacco.org/aofm/0103/pics.html (en anglais seulement)
- **Taking On Tobacco** – photos de jeunes fumeurs dans le monde entier
www.takingontobacco.org/photos/youth.html (en anglais seulement)
- **Tobacco-Free Kids** > galerie de publicités (dans le monde)
<http://tobaccofreekids.org/adgallery/>
- **Organisation mondiale de la Santé** > thèmes de santé > tabagisme
www.who.int/topics/tobacco/fr/index.html

Étude de cas : Malaisie

En Malaisie, le marché du tabac croît à un taux d'environ 2 % annuellement et celui-ci est contrôlé principalement par les filiales locales de quatre grandes multinationales du tabac : Philip Morris, RJ Reynolds, British American Tobacco, et Rothmans. Dans le but d'augmenter ses opérations dans le pays, la société British American Tobacco (BAT) fermera son siège régional à Hong Kong pour se réimplanter en Malaisie en septembre. À l'heure actuelle, 60 % des adultes mâles et 5 % des adultes femmes fument.

La Malaisie figure parmi une poignée de pays en développement qui ont déjà établi des règlements relatifs à la commercialisation du tabac. Même si ceux-ci interdisent aux compagnies de tabac de faire de la publicité directement par le biais de médias locaux et de distribuer des cigarettes gratuitement, ils ne leur interdisent pas d'utiliser le nom de marque d'une cigarette pour faire de la publicité d'autres produits et services, ce qu'on appelle la « publicité indirecte » ou l'« extension de marque ». Comme l'explique Mary Assunta de l'association de consommateurs de Penang : « cela a laissé aux grandes multinationales du tabac une échappatoire facile à exploiter. La Malaisie est peut-être le pire des exemples de la façon dont cette échappatoire peut être exploitée à fond. » [TRADUCTION]

Pour prendre un exemple, la société RJ Reynolds possède une seule compagnie de voyage à Kuala Lumpur, mais dépense des millions de dollars publiant ses services à la télévision nationale et sur des tableaux d'affichage partout au pays. En 1992, on l'a exposée pour avoir télédiffusé quotidiennement des annonces pour une compagnie de voyage non existante — Salem High Country Holidays. Mme Assunta a indiqué qu'on ne pouvait pas profiter d'un forfait de vacances avec Salem High Country Holidays car il n'en existait pas. Toutefois, aucune mesure n'a été prise par les autorités pour sanctionner cette compagnie. Les autres exemples d'extension de marque incluent les habits « Salem Attitude » et « Camel Adventure Gear ».

La BAT est l'une des premières compagnies multinationales à essayer la publicité indirecte en Malaisie. En 1995, confrontée à une part de marché en recul et à une récente interdiction en matière de publicités directes, la compagnie a ouvert le bistro Benson and Hedges à Kuala Lumpur et a fait de la publicité pour ce bistro à la télévision. Deux ans plus tard, les ventes des cigarettes Benson and Hedges s'étaient stabilisées et la publicité pour le bistro figurait parmi celles dont les téléspectateurs se souvenaient le plus. La BAT est maintenant en train d'élaborer une série de produits de café portant également le logo B&H, lesquels pourraient être vendus dans d'autres pays. La politique officielle de la compagnie est que la maison de café et les marques de café (couleur or) sont entièrement distinctes de ses activités pour vendre ses produits du tabac. Cependant, le directeur de l'entreprise voit la situation différemment. Plus tôt cette année, dans un article publié dans *The Sunday Times*, il a dit « Il s'agit avant tout de faire de la publicité pour la marque Benson and Hedges, ce que nous faisons à la télévision et dans les journaux. L'idée est de tenir compte des fumeurs. Ces derniers associent un café à une cigarette. Tous deux sont une forme de drogue. » [TRADUCTION]

Le résultat de ces tactiques est que, malgré le fait qu'il est interdit de faire des publicités directes pour vendre des cigarettes, ce sont les grandes multinationales du tabac qui dépensent le plus d'argent pour les publicités et les commandites en Malaisie. En effet, leurs dépenses représentaient quelque 25 % des toutes les dépenses de publicité engagées dans ce pays en 1995.

Même si la publicité indirecte figure parmi les règles les moins strictes de la récente directive de l'Union européenne, si une telle directive était appliquée en Malaisie, nombre des pratiques utilisées dans ce pays seraient interdites, ce qui constitue un argument convaincant pour l'établissement de normes globales relatives à la commercialisation des produits du tabac. Selon

les conclusions du groupe de campagne américain INFACT, les grandes compagnies de tabac ne ratent pas une occasion de faire de la promotion et de la publicité de leurs produits. Un tel comportement justifie la position que l'adoption de normes supranationales gouvernant la publicité et la promotion du tabac permettrait de renforcer les efforts nationaux déployés pour contenir cette menace pour la santé publique. *[TRADUCTION]*

Source :

Brochure du World Development Movement, 1999.

Étude de cas : Sri Lanka

Il n'y a qu'une seule compagnie de tabac au Sri Lanka, la Ceylon Tobacco Company (CTC), une filiale de la British-American Tobacco (BAT). Même si d'autres multinationales ont tenté de s'introduire dans le marché, la BAT a toujours réussi à les refouler.

Dans l'ensemble, la consommation des produits du tabac est comparativement peu élevée au Sri Lanka. Bien qu'entre 35 et 55 % des hommes fument (le niveau est le plus élevé chez les hommes d'âge moyen), il y a moins de 1 % de fumeuses. Il n'est donc pas difficile de comprendre pourquoi, comme le chercheur Garrett Mehl l'explique : « Les campagnes faramineuses de la BAT visent les groupes les plus vulnérables du pays et tentent de s'emparer des jeunes et d'une grande population de femmes non encore exploitée. » [TRADUCTION]

Ces campagnes comprennent le parrainage de discothèques, de spectacles musicaux et de manifestations sportives, des publicités directes dans les journaux et sur les tableaux d'affichage, et des offres de cigarettes gratuites. Selon M. Mehl, bon nombre des campagnes ont un message inspirant, évoquant l'idée d'une « vie parfaite » [TRADUCTION]. Pour prendre un exemple, il y a la récente campagne pour les cigarettes Players Gold Leaf de la BAT où on montre sur de gigantesques tableaux d'affichage des marins robustes à bord de magnifiques yachts de croisière avec un gratte-ciel en arrière-plan. On fait la promotion de la marque Benson and Hedges de la BAT à l'aide d'images et de langage dorés, notamment le refrain publicitaire « Turn to Gold », le supplément hebdomadaire sur la musique pop, le « Golden Tones News », publié dans un journal de langue anglaise, et une « Golden Tones disco ». Une collègue de M. Mehl, Tamsyn Seimon, se souvient d'avoir visité cette discothèque en avril 1997 :

« Les murs étaient tapissés de caissons lumineux, illustrant Benson and Hedges et Golden Tones ... Un faisceau laser projetait les mots « Benson and Hedges » sur un mur ... La musique, une suite des dix meilleures chansons de dance du monde occidental, était fréquemment interrompue par

un tirage au sort ... Seuls les garçons pouvaient gagner les porte-clés, les t-shirts et les casquettes de couleur jaune vive portant l'insigne Benson and Hedges, puisque les filles n'avaient pas de billets; les garçons devaient payer un prix d'entrée de 250 roupies; les filles entraient gratuitement. »

[TRADUCTION]

Le D^r Sajeeva Ranaweera, conseiller technique auprès de la coalition anti-tabac de l'ADIC (Alcohol and Drug Information Centre), a signalé que la CTC a récemment lancé une marque de cigarettes bon marché qui vise les enfants. Pour vendre son produit, la compagnie engage de jeunes filles et garçons pour qu'on les voie, bien habillés, en train de fumer dans des endroits publics. Le D^r Ranaweera croit que l'une des raisons pour laquelle les taux de tabagisme au Sri Lanka demeurent encore relativement bas, malgré les stratégies de promotion de la CTC, « est la réponse très énergique des communautés face aux questions concernant l'usage du tabac ». [TRADUCTION] Il y a au moins quatre organismes anti-tabac non gouvernementaux au Sri Lanka sous l'égide de l'ADIC, notamment l'organisme anti-tabac LIFE, géré par des jeunes pour les jeunes. Cet organisme est connu pour ses campagnes, qui se concentrent généralement sur les manifestations parrainées par la BAT, et qui sont diffusées jour et nuit. Le D^r Ranaweera a dit que bien que les stratégies employées par la BAT pour promouvoir ses produits dans ce pays semblent illimitées, la plupart du temps, ces stratégies sont contrées par de jeunes gens enthousiastes qui luttent contre les publicités du tabac. Le gouvernement du Sri Lanka a annoncé qu'il avait l'intention d'interdire les publicités sur le tabac, et que cette nouvelle mesure entrerait en vigueur l'an prochain. Mais comme démontre la situation en Malaisie, il faudrait que cette interdiction soit exhaustive et bien appliquée, pour empêcher qu'une compagnie aussi futée que la BAT n'ait pas tout simplement recours à des stratégies de plus en plus ingénieuses.

Source :

Brochure du World Development Movement, 1999.

Étude de cas : Chine

Une épidémie catastrophique de décès liés à l'usage du tabac sévit actuellement en Chine. Selon un document de recherche publié le vendredi 20 novembre 1998 dans le *British Medical Journal*, un tiers de tous les jeunes hommes finiront par mourir du tabac si les tendances relatives à l'usage du tabac se maintiennent.

Déjà, ce fléau tue tous les jours plus de 2 000 personnes (des hommes pour la plupart) en Chine. D'ici l'an 2050, le nombre atteindra bien plus de 8 000 décès. La Chine, venant récemment de dépasser les États-Unis, occupe maintenant la première place parmi les pays où le nombre de décès dus au tabagisme est le plus élevé.

VOICI LES PRÉVISIONS QUANT AU NOMBRE DE DÉCÈS DUS AU TABAGISME EN CHINE :

- un million vers l'an 2000;
- deux millions vers l'an 2025;
- trois millions vers l'an 2050.

PARMI LES PERSONNES TUÉES PAR LE TABAC EN CHINE :

- 45 % sont mortes d'une maladie pulmonaire chronique;
- 15 % sont mortes du cancer du poumon;
- 5 à 8 % sont mortes de chacune des maladies suivantes : les cancers de l'œsophage, de l'estomac et du foie, les accidents vasculaires cérébraux, la cardiopathie et, curieusement, la tuberculose.

Des 300 millions de mâles âgés de 29 ans en Chine, au moins 100 millions finiront par mourir d'une maladie liée à l'usage du tabac. La moitié de ces décès aura lieu parmi les hommes âgés de 35 à 69 ans.

Les renseignements ci-dessus proviennent des Chinese Academies of Preventive Medicine and Medical Sciences, en collaboration avec les universités Oxford (Angleterre) et Cornell (États-Unis).

« En Chine, les fumeurs adultes sous-estiment grandement les risques du tabagisme. En 1996, une enquête menée à l'échelle du pays a révélé que deux tiers de la population chinoise pensent que fumer est peu ou pas dangereux, que 60 % des adultes chinois ne savent pas que fumer peut provoquer un cancer des poumons et que 96 % de la population ne sait pas que fumer peut entraîner des maladies cardiaques. La vérité est que la moitié de tous les fumeurs acharnés meurt d'une maladie liée au tabac. Puisque deux jeunes hommes sur trois fument en Chine, environ un tiers de tous les jeunes hommes chinois mourront d'une maladie liée au tabac. » [TRADUCTION]

Le professeur Richard Peto de l'université d'Oxford lors d'une conférence de presse.

« Bon nombre des pays en développement seront confrontés à de grandes épidémies de décès causés par le tabac. À l'échelle mondiale, les décès liés à l'usage actuel du tabac seront comme suit :

- quatre millions en l'an 2000 – la moitié dans les pays riches et l'autre moitié dans les pays pauvres;
- 10 millions vers l'an 2030, dont 70 % dans les pays en développement.

En ce qui concerne la consommation de tabac en Chine, le taux annuel est passé de 100 milliards de cigarettes au début des années 1950 à 500 milliards dans les années 1980, pour atteindre 1 800 milliards aujourd'hui. Un homme consommait en moyenne une cigarette par jour en 1952, quatre par jour en 1972 et 10 en 1992. » [TRADUCTION]

Information provenant du site Web à :
<http://www.prnewswire.co.uk/cgi/news/release?id=22010>

Étant donné la réduction ou la stabilisation des taux de tabagisme dans les marchés établis de l'Occident, les grandes multinationales du tabac cherchent à étendre leurs opérations internationales, surtout en Europe orientale et en Asie, ainsi qu'en Amérique latine et en Afrique.

Les compagnies américaines, avec l'aide de leur gouvernement, ont exercé leurs muscles économiques — et la menace de sanctions — pour ouvrir différents pays en Asie, notamment la Taiwan et le Japon.

Leur but est d'exploiter les taux peu élevés de fumeuses dans bon nombre de régions.

Ces compagnies essaient de pénétrer en Chine. Avec 300 millions de fumeurs, ce pays représente le gros lot pour les compagnies de tabac. Les dirigeants de l'industrie disent contempler la Chine comme s'il s'agissait des limites de l'espace ou de quelque chose d'inimaginable. Il existe des preuves démontrant que certaines compagnies ont participé à l'introduction clandestine de cigarettes en Chine.

On a accusé l'industrie d'avoir appliqué des règles de manière discriminatoire relativement aux publicités, et ce, entre les pays industrialisés et les pays en développement, surtout en visant les jeunes et en mettant l'accent sur la sexualité, le charme sophistiqué des styles de vie occidentaux et la différence entre les niveaux de goudron et de nicotine dans certaines cigarettes. [TRADUCTION]

Les renseignements ci-dessus proviennent du site Web à : www.ash.org/ – Executive Summary of tobacco company document quotes (en anglais seulement)

« Que les nations industrialisées exportent dans les pays en développement des maladies et des déficiences sous forme de cigarettes est quelque chose de répréhensible, et constitue un fardeau pour la santé dont ces pays ne pourront pas rembourser les coûts d'ici 20 à 30 ans. »

[TRADUCTION]

Everett Koop, ancien Surgeon General des États-Unis, tirée de la vidéo « Can China Kick the Habit? » Nova, 1994.

« L'industrie américaine du tabac arrive en Asie et montre aux adolescents que fumer est quelque chose de très répandu chez les jeunes Américains. Ils associent l'usage du tabac au style de vie occidental, à la musique rock, et à Madonna, Paula Abdul et d'autres. Par conséquent, les jeunes Asiatiques qui rêvent d'aller à San Francisco ou à New York pensent que pour ressembler aux Occidentaux, il faut fumer. Et c'est le message le plus injuste et trompeur qu'une compagnie américaine pourrait transmettre à cette partie du monde. » [TRADUCTION]

Gregory N. Connolly, Massachusetts Department of Public Health, tirée de la vidéo « Can China Kick the Habit? », Nova, 1994.

« La consommation du tabac dans les pays développés diminuera légèrement vers la fin du siècle, alors qu'elle pourrait augmenter d'environ 3 % annuellement dans les pays en développement ... Quelle belle perspective! Pas une société sans fumée, mais une croissance continue de l'industrie du tabac. » [TRADUCTION]

Tobacco Reporter, 1998.

« La vente internationale de produits du tabac est devenue une source de plus en plus essentielle de revenus pour la société RJR Nabisco et pourrait être l'élément moteur le plus important de la croissance des bénéfices de cette industrie dans le futur. » [TRADUCTION]

Steven Goldstone, président de RJR Nabisco, cité dans le Tobacco Reporter, 1998.

« Savez-vous ce que nous voulons, a dit un dirigeant de l'industrie du tabac, nous voulons l'Asie. » [TRADUCTION]

Cité dans l'Unhealthy Alliance, 1998.

« Le gouvernement américain a mené trois enquêtes sur les pratiques commerciales inévitables du Japon, de la Taïwan et de la Corée en matière de vente des produits du tabac ... entre 1985 et 1988, l'Office of the United States Trade Representative (USTR) a menacé d'imposer des sanctions contre ces pays relativement aux produits qu'ils exportaient aux États-Unis s'ils ne permettaient pas aux compagnies américaines de tabac d'avoir un accès libre à leurs marchés. Aucun autre produit agricole américain n'a reçu ce genre d'attention et les trois nations en question ont acquiescé aux demandes des Américains. »
[TRADUCTION]

G. Connolly, 1998.

« Ici, l'espérance de vie moyenne est d'environ 40 ans, la mortalité infantile est élevée : les problèmes de santé qui, selon certains, sont liés aux cigarettes ne seront tout simplement pas pris en compte ici. » [TRADUCTION]

Un représentant de Rothmans à Burkina Faso,
Chris Burrell, J. Sweeney, 1998.

« La BAT cherche à atteindre de plus en plus de pays dans le monde ... c'est un moment extraordinaire, meilleur que tout ce que l'industrie du tabac a connu depuis 40 ans. » [TRADUCTION]

Sir Patrick Sheehy, cité dans le *Tobacco Reporter*, 1991.

« Aucune discussion relative à l'industrie du tabac en l'an 2000 serait complète si on ne parlait pas de l'enjeu qui pourrait être le plus important à l'heure actuelle, à savoir le marché chinois. À tous les égards, la Chine ébranle l'imagination. »
[TRADUCTION]

Rene Scull, vice-président, Philip Morris (Asie).

« Penser aux statistiques en Chine en matière de consommation de tabac est comme tenter de penser aux limites de l'espace. » [TRADUCTION]

Robert Fletcher, directeur régional des relations publiques de Rothmans, cité dans *Window magazine*, 1992.

Étude de cas : Inde

Goa, une ancienne colonie portugaise et la porte d'entrée par où le tabac est entré en Inde, est maintenant le théâtre d'une bataille contre cette mauvaise herbe qui enchante des millions de gens en Inde. Sous la direction d'un médecin de Goa, la National Organisation for Tobacco Eradication (NOTE) a lancé une campagne ambitieuse de lutte contre le tabac, le ghutka (tabac à mâcher) et le tabac à priser.

Le Dr Sharad G. Vaidya, un praticien qui dirige la NOTE, a réprimandé l'industrie du tabac en mettant l'accent sur ce que la progression du tabagisme a fait en Inde depuis le jour où le tabac, provenant de l'Amérique du Sud, a été introduit dans ce pays par les Portugais au début du 17^e siècle.

« Le marché est énorme en Inde et en Asie du Sud-Est. Les ventes prendront un essor dans deux pays, l'Inde et l'Indonésie. Les compagnies de tabac visent aussi les jeunes âgés de 15 à 25 ans » [TRADUCTION], a déclaré le Dr Vaidya.

Grâce aux campagnes tenaces, une loi antitabac très stricte a été promulguée à Goa, le plus petit état de l'Inde. Mais, l'industrie du tabac, très en colère, a riposté; bien des mois après, la loi n'a toujours pas été signée par le président. Malgré le pouvoir du lobby du tabac, si la loi est promulguée, elle pourrait devenir la loi antitabac la plus restrictive en Inde.

Le projet de loi, tel qu'adopté par l'assemblée de Goa, interdit de fumer et de cracher dans les lieux publics et dans les véhicules. Il interdit la promotion (directe ou indirecte) et la vente de produits du tabac aux personnes âgées de moins de 21 ans, ainsi qu'à toute personne dans un rayon de 100 mètres d'une école ou d'un lieu de culte. Toute violation de la loi en matière de publicités et de ventes est passible de trois mois d'emprisonnement; d'autres infractions entraîneraient différents types d'amendes. Des groupes bénévoles auront certains pouvoirs pour faire respecter la loi.

Les groupes concernés ont tout d'abord essayé de faire rayer l'article portant sur l'interdiction de faire des publicités, mais plus tard, le projet de loi a été adopté unanimement. Puis, le consentement du gouverneur, qui s'agit habituellement d'une simple formalité, n'a pas été donné. Le projet de loi a maintenant été renvoyé devant le président de l'Inde et entrera en vigueur seulement avec sa sanction.

La NOTE estime qu'en Inde, environ 5 500 à 6 000 adolescents commencent à fumer chaque jour.

Mais, à la différence d'autres groupes, la NOTE ne gaspille pas son temps à essayer de convaincre le public quant aux effets néfastes du tabac pour la santé. Au contraire, cet organisme voit le tabac comme un enjeu économique, politique, financier et du pouvoir.

À Goa, le tabac est aussi lié à l'histoire. « Les niveaux de tabagisme dans la société de Goa exigeaient un approvisionnement régulier en provenance du Portugal (au cours des siècles précédents) » [TRADUCTION], a écrit le Dr Celsa Pinto, historien et auteur d'un livre consacré au commerce et aux finances dans l'ancienne Inde portugaise.

Depuis le 17^e siècle, les voiliers quittant Lisbonne pour l'Inde avaient l'habitude de s'arrêter prendre des cargaisons de rouleaux de tabac en Mozambique, également une colonie portugaise, en vue de leur livraison au port de Goa.

L'argent provenant de la vente du tabac servait à acheter des textiles indiens en coton pour le Portugal.

Mais cela était dans le passé. À présent, la NOTE veut mettre en place une loi claire, efficace et exhaustive pour l'ensemble de l'Inde, laquelle interdirait la publicité du tabac et le parrainage des manifestations sportives par les compagnies de tabac. Cet organisme s'efforce de faire augmenter les taxes sur les cigarettes et les produits liés au tabac et tente de faire appliquer des lois qui bloquent la vente illégale de cigarettes aux enfants.

La NOTE interagit étroitement avec des organismes tels que l'Organisation mondiale de la Santé, la Banque mondiale et l'American Cancer Society dans ses efforts pour informer l'opinion publique. À l'aide du courriel et d'Internet, cet organisme, petit mais actif, se tient au courant des débats les plus récents dans l'Occident.

« À l'heure actuelle, il existe bien assez de preuves scientifiques quant aux effets nocifs du tabac et au fait qu'il tue les fumeurs à la longue, a déclaré le Dr Vaidya. Même les compagnies de tabac sont maintenant d'accord que la nicotine est toxicomanogène. » [TRADUCTION]

La NOTE a montré jusqu'à quel point le tabac a des effets sur une société. Il y a quelques années, la NOTE a effectué une étude qui a démontré comment les publicités influencent la manière de penser des jeunes. Après avoir assisté à des matchs de cricket, de 15 à 20 % des étudiants interrogés pensaient que les cigarettes et le tabac à mâcher amélioreraient la mémoire.

« Ils pensaient aussi que si quelqu'un fume, il sera un meilleur joueur de cricket » [TRADUCTION], a précisé le Dr Vaidya. Il y avait cinq fois plus de chances que de tels étudiants fument que d'autres.

Maintenant, la NOTE a planifié une autre initiative : un flambeau sera porté dans les écoles et les villages de l'Asie du Sud pendant un an à compter de mai 1999, et ce, pour mieux sensibiliser la population au tabac au tournant du siècle.

Mais, si le tabac est si nocif, pourquoi a-t-il toujours de l'emprise sur les gens?

Selon le Dr Vaidya, le problème en Inde est que le tabac est classé parmi les produits agricoles légaux, au lieu d'être dans le panier des stupéfiants.

De la même manière, le gouvernement de l'Inde a investi 33 % dans le portefeuille d'actions des principales compagnies de tabac de l'Inde, et même les compagnies d'assurance sur la vie investissent leurs bénéfices dans de telles compagnies », a-t-il déclaré.

Le Dr Vaidya s'interroge sur le point de vue selon lequel le tabac est une source de revenus pour les gouvernements. Les revenus de l'industrie du tabac doivent être évalués par rapport aux subventions que les gouvernements accordent à cette industrie. « J'ai idée que les subventions seront au moins égales aux revenus générés » [TRADUCTION], a déclaré le Dr Vaidya.

L'industrie du tabac obtient toutes les sortes de subvention imaginables, pour l'agriculture, les semences, le transport, l'eau, l'électricité, sur toute la ligne. Les estimations totales n'ont jamais été calculées », a-t-il précisé.

Le Dr Vaidya peut calculer rapidement : un fumeur sur deux finira par mourir du tabac. Chaque tonne de tabac additionnelle produite tuera une autre personne.

« Le tabac fait beaucoup de victimes, tuant de 800 000 à un million d'électeurs chaque année dans le pays. Le plus grand nombre de décès sont parmi les gens âgés de 45 à 55 ans.

« Le tabac ne tue pas tout simplement les gens; il épuise les nutriments présents dans le sol trois fois plus rapidement que les cultures vivrières. Il a aussi besoin de trois fois plus d'eau que ces cultures. De plus, l'érosion du sol est deux fois plus élevée car aucune mauvaise herbe ne pousse dans les champs de tabac. » [TRADUCTION]

Le Dr Vaidya croit que les campagnes antitabac peuvent dissuader les enfants de fumer. Selon lui, dans le petit état fédéral de Goa, les ventes de cigarettes ont diminué au cours des huit dernières années, passant de 450 par habitant à 350. Depuis 1993, a-t-il dit, les campagnes antitabac en Inde n'ont pas cessé de prendre de l'ampleur.

Toutefois, d'après les rapports publiés dans le journal médical britannique le *Lancet*, les grandes multinationales du tabac, confrontées à des restrictions aux États-Unis et dans d'autres pays affluents, se tournent de plus en plus vers les marchés des pays en développement, surtout en ciblant les femmes et les adolescents.

Les taux du tabagisme dans certains pays industrialisés augmentent d'environ un pour cent par an, comparativement à environ trois pour cent par an dans les pays en développement. Si les tendances actuelles se maintiennent au cours des 30 prochaines années, sept millions de personnes mourront chaque année d'une maladie liée à l'usage du tabac dans les pays en développement.

Judith Mackay, directrice de l'Asian Consultancy on Tobacco Control (Hong Kong), a déclaré que, bien que les taux de tabagisme soient à la baisse dans les pays occidentaux, les grandes multinationales du tabac se tournent vers les marchés où il y a moins de restrictions, surtout en Asie, où l'information sur la santé est moins bien répandue.

Depuis plusieurs années, des corporations comme Philip Morris, RJ Reynolds, et British-American Tobacco ont grandement augmenté leurs activités en Europe orientale, Asie, Afrique et Amérique latine.

Source :

Third World Network Features

Rubrique d'évaluation pour les enseignants

Échelle d'évaluation :

4 – Exemplaire, 3 – Accompli, 2 – En développement, 1 – Commencement, Ab – Absent (un élément particulier)

Nom du ou des présentateurs :

Sujet :

CRITÈRES D'ÉVALUATION	4	3	2	1	Ab
1 Minutie des recherches entreprises pour cerner le problème. Étendue des renseignements recueillis sur le sujet grâce à des recherches ou à des données courantes (p. ex. de l'Organisation mondiale sur la Santé et d'autres sources bien établies et fiables)					
2 Détermination d'au moins quatre problèmes majeurs concernant l'exploitation des pays du tiers monde par les grandes multinationales du tabac					
3 Présentation d'arguments solides pour démontrer pourquoi le tabac doit être contrôlé à l'échelle mondiale					
4 Aspects créatifs de la solution proposée ou démonstration d'une connaissance approfondie de la solution proposée a. Description de la manière dont chaque élément de la solution abordait le problème dans son ensemble b. Description d'un outil pour évaluer la réussite de la solution c. Description de la base théorique de la solution d. Description des coûts et du rapport coût-efficacité de la mise en œuvre de la solution					
5 Caractère convaincant de la solution					
6 Gestion du temps					
Total des points _____/40					

Rubrique d'évaluation pour les pairs évaluateurs

Échelle d'évaluation :

4 – Exemplaire, 3 – Accompli, 2 – En développement, 1 – Commencement, Ab - Absent (un élément particulier)

Sujet :

Votre question à poser au groupe :

Vos priorités : Indiquez si vous écoutez comme si vous étiez un parent, un membre de la commission scolaire, un politicien local ou un membre de la communauté.

CRITÈRES D'ÉVALUATION	4	3	2	1	Ab
1 Le groupe a-t-il répondu à votre question d'une manière satisfaisante?					
2 Le groupe a-t-il retenu votre attention durant tout le témoignage?					
3 À la fin du témoignage du groupe étiez-vous convaincu que son point de vue était valable et « vrai », même si ce point de vue va peut-être à l'encontre de vos valeurs ou priorités personnelles?					
4 Avez-vous appris quelque chose grâce au témoignage de ce groupe?					
5 Le groupe semblait-il bien connaître son sujet?					
Total des points _____/20					

