

# 67 % DES FRANÇAIS SE DISENT MAL INFORMÉS SUR LE LOBBYING DE L'INDUSTRIE DU TABAC

## PERCEPTION DES PRODUITS DU TABAC ET DE LA NICOTINE PAR LES FRANÇAIS EN 2024

COMMUNIQUÉ DE PRESSE | 6 février 2025

**Alors que les Puffs et les sachets de nicotine devraient bientôt être interdits, l'industrie du tabac et ses alliés poursuivent activement leurs stratégies de lobbying pour maintenir leur marché.** Campagnes de désinformation, sites Internet promotionnels, courriels aux parlementaires, etc. ils usent des différentes stratégies pour freiner les politiques de santé publique ; faisant primer leurs enjeux économiques sur l'intérêt général.

Malgré les nombreuses ressources déployées de la part des cigarettiers, ces stratégies de manipulations ne sont pas connues du grand public. D'après les résultats de la dixième édition des indicateurs de l'ACT-Alliance contre le tabac, réalisée en collaboration avec l'institut BVA<sup>1</sup>, **67 % des Français se disent mal informés sur les pratiques d'influence de l'industrie du tabac. Une méconnaissance qui n'empêche pas l'opinion publique de se durcir vis-à-vis de cette industrie et de ses produits** : plus de la moitié des Français souhaite voir augmenter le nombre de mesures de lutte contre le tabac et 70 % d'entre eux se disent favorables à l'arrêt progressif de la vente du tabac aux prochaines générations.

### Une méconnaissance de l'opinion publique sur l'influence persistante du lobby du tabac

**Alors que le nombre de fumeurs quotidiens en France n'a jamais été aussi bas** (désormais à 23,1 %<sup>2</sup>), **l'industrie du tabac multiplie ses efforts pour préserver ses profits en promouvant des nouveaux produits de la nicotine**, tels que les cigarettes électroniques, les Puffs ou les sachets de nicotine.

**Un exemple récent illustre bien l'agressivité des cigarettiers** : l'immense bache publicitaire illégale déployée par British American Tobacco sur l'église Notre-Dame de Lorette à Paris, dont le coût a été estimé à plus de 300 000 € HT. **L'ACT s'est empressée de contacter la Ville de Paris pour retirer cet affichage au plus vite (et a obtenu gain de cause). Parallèlement, l'association a aussi détourné l'image de cette bache pour sensibiliser l'opinion publique aux stratégies déployées par l'industrie<sup>3</sup>.**

<sup>1</sup> Enquêtes réalisées depuis 2020 sur un échantillon national représentatif de la population française âgée de 15 ans et plus, composé de 1000 personnes.

<sup>2</sup> Enquête EROPP de l'OFDT 2023 : <https://www.ofdt.fr/enquete-sur-les-representations-opinions-et-perceptions-sur-les-psychothropes-eropp-1697>

<sup>3</sup> ACT-Alliance contre le tabac, janvier 2025 « L'ACT bache British American Tobacco » : <https://alliancecontreletabac.org/2025/01/22/lact-bache-british-american-tobacco/>

**Car le grand public n'est pas au fait des pratiques de lobbying de l'industrie du tabac** : 67 % des Français déclarent ne pas être bien informés sur les méthodes d'influence utilisées par cette industrie, ce qui les rend plus vulnérables à ces stratégies de séduction.

Cela explique par exemple pourquoi les produits du vapotage bénéficient d'une meilleure image dans l'imaginaire collectif : **63 % des personnes interrogées estiment qu'il est plus « sympa » d'utiliser une cigarette électronique plutôt qu'une cigarette traditionnelle**. Un chiffre qui s'élève à 73 % chez les moins de 25 ans.

Notons en revanche que **78 % des Français ont une opinion négative sur la consommation des produits du tabac et 90 % d'entre eux considèrent les sachets de nicotine comme des produits dangereux pour la santé**.

## **Les Français prêts à faire progresser la lutte contre l'industrie du tabac**

Au-delà du simple impact sanitaire, les Français ont conscience des dégâts sociétaux engendrés par les cigarettiers : **près des 3/4 des Français (73 %) estiment que l'industrie du tabac va à l'encontre des droits humains en vendant des produits qui créent une dépendance**.

Ravages qui poussent l'opinion publique à réclamer une politique plus stricte à l'égard des cigarettiers :

- **La moitié des Français (49 % ; +7pts en 4 ans) se proclame en faveur d'un renforcement des mesures de lutte contre le tabac** (multiplication des espaces sans tabac, paquet neutre, hausse de la fiscalité, etc.). Par ailleurs, **de plus en plus de Français (52 % ; + 6 pts en 1 an) jugent l'augmentation du prix du paquet de cigarettes comme un moyen efficace de réduire la consommation de tabac** ; rejoignant ainsi les recommandations de l'OMS qui présente la hausse de la fiscalité comme le levier le plus efficace pour faire avancer la lutte contre le tabagisme<sup>4</sup>.
- En parallèle, **7 Français sur 10 se disent favorables à l'idée d'une « génération sans tabac »**, en interdisant progressivement la vente de ces produits aux plus jeunes. Une mesure qui obtient une adhésion encore plus importante chez les 15-24 ans (79 %).

*« Si British American Tobacco mène ouvertement des campagnes de lobbying en plein Paris, d'autres acteurs, comme la Confédération des buuralistes, avancent masqués. », explique Loïc Josseran, président de l'ACT-Alliance contre le tabac. « Pourtant très actifs dans la lutte contre les politiques de santé publique, les buuralistes bénéficient encore d'une image innocente dans l'opinion publique : seuls 47 % des Français ont conscience que ces commerçants travaillent de concert avec l'industrie du tabac afin de défendre leurs intérêts économiques étroitement liés. Rappelons que dans le cadre du PLFSS, c'est sous l'influence de la Confédération des buuralistes que plusieurs sénateurs ont déposé un amendement visant à confier à ces commerçants le monopole de vente des sachets de nicotine ! ».*

### **A propos de l'ACT-Alliance contre le tabac**

L'ACT-Alliance contre le tabac est un contre-lobby d'intérêt général qui œuvre depuis plus de 30 ans pour un monde libéré des produits du tabac et de la nicotine. À ce titre, l'ACT déploie des campagnes de sensibilisation et de plaidoyer dénonçant les stratégies et les manipulations de l'industrie la plus mortifère au monde : l'industrie du tabac. Au-delà de fédérer les forces de plus de 20 associations, l'ACT mobilise décideurs, acteurs de la société civile, médias et opinion publique pour voir émerger en France la première génération sans tabac, à l'horizon 2032.

[www.alliancecontreletabac.org](http://www.alliancecontreletabac.org)

<sup>4</sup> WHO, « L'augmentation des taxes sur le tabac est la solution la plus efficace et la plus rentable pour réduire le tabagisme quel que soit le contexte »

: [https://iris.who.int/bitstream/handle/10665/112850/WHO\\_NMH\\_PND\\_14.2\\_fre.pdf;sequence=1%22](https://iris.who.int/bitstream/handle/10665/112850/WHO_NMH_PND_14.2_fre.pdf;sequence=1%22)

## **CONTACT PRESSE**

**ALLIANCE CONTRE LE TABAC**

Victoria Leiva – Tél. : 06 28 80 86 91 | [victoria.leiva@alliancecontreletabac.org](mailto:victoria.leiva@alliancecontreletabac.org)