

LES ENQUÊTES DE L'ACT

Perception des produits du tabac et de la nicotine par les Français en 2024

Précisions méthodologiques

Les résultats ici présentés rendent compte de la dixième et dernière édition des indicateurs de l'ACT-Alliance contre le tabac mesurant la perception du tabac en France, et son évolution par rapport aux années précédentes. Cette enquête a été réalisée pour l'ACT entre le 12 et le 18 novembre 2024 par l'institut de sondage BVA, avec le soutien du Fonds de lutte contre les addictions. Elle a été réalisée sur Internet auprès d'un échantillon national représentatif de 1 000 personnes âgées de 15 ans et plus, résidant en France métropolitaine. La méthodologie employée est identique à celle utilisée pour les neuf vagues précédentes, réalisées entre novembre 2020 et juin 2024. La représentativité de l'échantillon est assurée par la méthode des quotas, appliquée aux variables suivantes : sexe et âge du répondant, profession de la personne référente du ménage, région et taille d'agglomération. Les résultats ont ensuite été redressés¹ afin d'être représentatifs de cette population.

¹ Données de calage utilisées : Recensement général de la population (RGP) 2020 – France métropolitaine – INSEE

TABLE DES MATIÈRES

Introduction	04
Note de lecture des résultats	05
Acceptabilité sociale des produits du tabac et de la nicotine	06
Acceptabilité des normes du contrôle du tabac	10
Connaissance et perception des méfaits de l'industrie du tabac	13
Conclusion	19

Introduction

Porté par le ministère de la Santé, le Programme national de lutte contre le tabac (PNLT) 2018-2022 s'est achevé sur un bilan globalement satisfaisant, faisant état de chiffres de prévalence historiquement bas, nécessitant toutefois d'être suivis et confortés par le nouveau programme en cours (2023-2027). Chez les adultes de 18 à 75 ans, une baisse notable de la prévalence du tabagisme quotidien avait déjà été constatée, passant de **29,4 %** en 2016 à **25,4 %** en 2018. Cette prévalence s'est stabilisée à **24,5 %** entre 2019 et 2022², pour ensuite continuer sa régression et atteindre **23,1 %** en 2023, selon l'enquête sur les représentations, opinions et perceptions sur les psychotropes (EROPP) de l'Observatoire français des drogues et des tendances addictives (OFDT)³. Ainsi, en France hexagonale en 2023, moins d'un quart des personnes de 18 à 75 ans déclarent fumer au quotidien, faisant de cette donnée la plus faible jamais enregistrée depuis la naissance de l'indicateur.

Chez les jeunes de 17 ans – dont on sait qu'ils sont une cible privilégiée des industriels du tabac, de leur marketing publicitaire et donc de nos campagnes de dénormalisation – la baisse a été encore plus drastique, puisque la prévalence du tabagisme quotidien pour cette tranche d'âge est passée de **25,1 %** en 2017 à **15,6 %** en 2022, soit bien au-delà de l'objectif du PNLT 2018-2022, fixé à 20 %⁴. Ces résultats enthousiasmants, qui s'inscrivent pleinement dans les objectifs poursuivis par le troisième PNLT 2023-2027 et la stratégie décennale de lutte contre les cancers⁵ publiée en 2021 (c'est-à-dire atteindre moins de 5 % de prévalence de tabagisme à l'âge adulte pour les générations nées à partir de 2014), soulignent la nécessité de continuer de documenter les pratiques et de poursuivre sans relâche la lutte contre l'industrie du tabac.

C'est dans cette optique que l'ACT entame cette année son second programme pluriannuel de « dénormalisation du tabac » (2024-2027), financé par le Fonds de lutte contre les addictions (FLCA) et la Caisse nationale de l'Assurance Maladie (CNAM). Notre approche consiste à se détacher d'une lecture exclusivement centrée sur les conséquences sanitaires de la consommation des produits du tabac et de la nicotine, pour alerter davantage sur les enjeux politiques, sociaux et environnementaux de tels usages. C'est pourquoi nous menons chaque année des études, mais aussi des campagnes de sensibilisation et de plaidoyer, ayant vocation à peser sur le débat public face aux intérêts de cette industrie mortifère.

La présente enquête est la dixième vague des indicateurs de l'ACT, et mesure la perception des Français vis-à-vis de la consommation des produits du tabac et de la nicotine, de son industrie et de sa réglementation. Ces enquêtes, réalisées 2 à 3 fois par an par l'institut de sondage BVA depuis novembre 2010, constituent des outils importants et complémentaires aux études annuelles sur la prévalence tabagique réalisées par Santé publique France. Leur antériorité et leur régularité permettent un suivi et des mesures comparatives, offrant ainsi un éclairage nouveau sur la lutte contre le tabac en tant que phénomène de société à part entière, et non plus seulement comme une problématique sanitaire.

² Tous les chiffres cités ici sont extraits du bilan du PNLT 2018-2022 : https://sante.gouv.fr/IMG/pdf/dp_plan_lutte_tabac.pdf

³ Enquête EROPP de l'OFDT 2023 : <https://www.ofdt.fr/enquete-sur-les-representations-opinions-et-perceptions-sur-les-psychotropes-eropp-1697>

⁴ PNLT 2018-2022

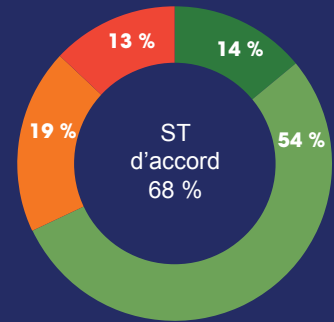
⁵ Stratégie décennale de lutte contre les cancers 2021-2030, feuille de route 2021-2025 : https://sante.gouv.fr/IMG/pdf/feuille_de_route_-_strategie_decennale_de_lutte_contre_les_cancers.pdf

Note de lecture des résultats

- Dans ce rapport, les bases sont affichées en effectifs bruts et les % sont arrondis.
- Pour les questions à réponse exclusive, la somme des % est arrondie à 100 %.
- La mention ST signifie « Sous-total »

Par exemple : % ST D'accord = % Tout à fait d'accord + % Plutôt d'accord

- Tout à fait d'accord
- Plutôt pas d'accord
- Plutôt d'accord
- Pas du tout d'accord



- Lorsque cela est pertinent, les **résultats des 9 premières enquêtes du baromètre** sont rappelés de la façon suivante :



Et les résultats de la vague précédente comme ceci :

46%
Rappel
Indicateurs #9
Juin 24

- Les **évolutions des résultats** par rapport à la vague précédente (#9, juin 2024) ou en comparaison de la dernière vague de l'année 2023 (#8, juillet 2023) sont indiquées de la façon suivante, lorsqu'il existe un écart statistiquement significatif à un seuil de 95 % :

- +4 pts** Indicateur en hausse de 4 points par rapport à la dernière vague d'indicateurs (juin 2024)
- 5 pts** Indicateur en baisse de 5 points par rapport à la dernière vague d'indicateurs (juin 2024)

- Les **différences significatives de résultats** sont indiquées de la manière suivante lorsqu'il existe un écart significatif de ce résultat par rapport au reste de la population (au seuil de 95 %) :

Vapo-fumeur : 7 %

+ Homme : 9%	+ Fumeur dans entourage : 20 %
+ 25-34 ans : 13 %	+ Enfant -18 ans dans foyer : 12 %
+ Foyer CSP- : 10 %	- 65 ans et + : 3%

Note de lecture

Le % observé auprès des personnes de plus de 65 ans (3 %) est statistiquement inférieur à celui du reste des répondants, alors que le % observé auprès des personnes d'un foyer CSP- (10 %) est supérieur.
+ signifie qu'il y a 95 % de chances que le résultat de cette sous-population soit statistiquement supérieur à celui du reste de la population
- signifie qu'il y a 95 % de chances que le résultat de cette sous-population soit statistiquement inférieur à celui du reste de la population

- Les variables suivantes ont été utilisées comme critères d'analyse lorsque c'était pertinent :

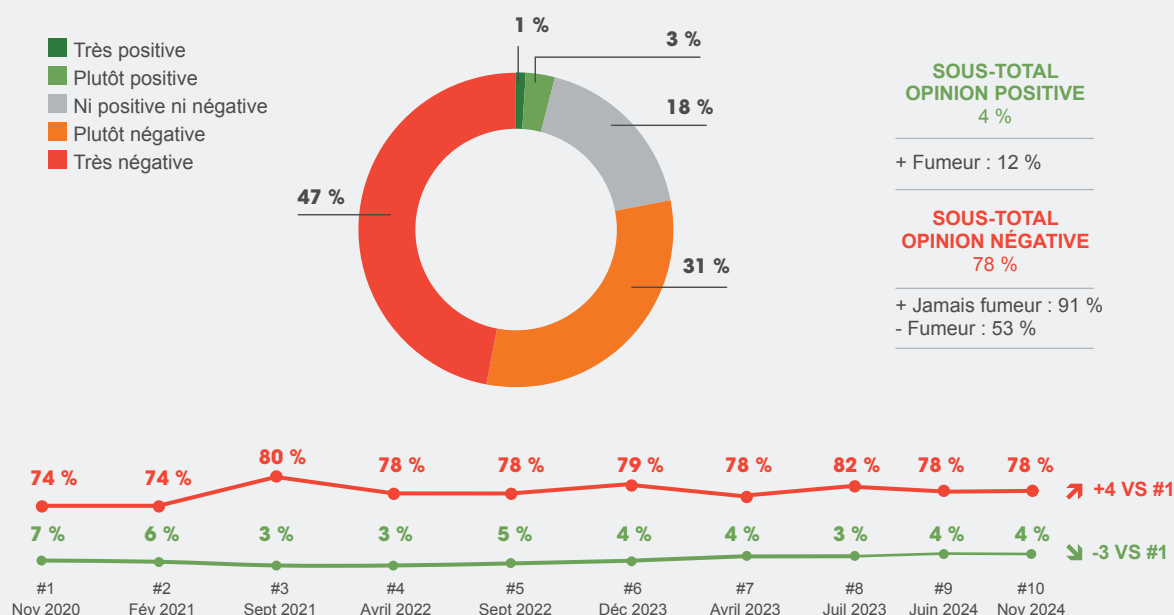
- » **Sexe** : Homme, Femme
- » **Âge** : 15-24 ans, 25-34 ans, 35-49 ans, 50-64 ans, 65 ans et +
- » **Profession de la personne référente du ménage (PRM)** : Foyer CSP+ (dont foyer cadre), Foyer CSP- (dont foyer ouvrier)
- » **Situation financière perçue (si rien ne ressort sur la profession et le diplôme)** : Bonne situation financière, Situation financière juste ou difficile, Situation financière difficile
- » **Statut tabagique** : Fumeur, Non-fumeur, Ancien fumeur, Jamais fumeur
- » **Utilisation de produits de la nicotine** : Utilisateur pdt. nicotine, Non utilisateur pdt. nicotine, Ancien utilisateur pdt. nicotine, Jamais utilisateur pdt. Nicotine
- » **Vapoteur** : Vapoteur, Vapo-fumeur (double usager tabac + vape)
- » **Tabac dans entourage** : Fumeur dans entourage
- » **Secteur d'activité** : Professionnel santé, Professionnel culture
- » **Catégorie d'agglomération** : Rural, Urbain
- » **Parentalité** : Parent
- » **Enfants au sein du foyer** : Enfant - 4 ans dans foyer, Enfant 4-18 ans dans foyer, Enfant - 18 ans dans foyer

Acceptabilité sociale des produits du tabac et de la nicotine

À l'issue de cette nouvelle enquête, nous pouvons dresser quelques constats, dont les premiers sont relatifs à l'acceptabilité sociale des produits du tabac et de la nicotine par les Français de 15 ans et plus. De façon assez stable dans le temps, nous observons que l'opinion générale sur la consommation de tabac reste globalement négative (78 %), tandis que la perception de la cigarette électronique est tendanciellement plus positive, car décrite comme « plus cool », « plus sympa » ou « moins dangereuse ». Également, il apparaît que si la dangerosité des différents produits de la nicotine est clairement perçue, la consommation de Puffs et de cigarettes électroniques reste une pratique attractive et plus acceptable socialement.

Les Français, y compris la moitié des fumeurs, ont une opinion négative du tabac

Quelle est votre opinion générale sur le fait de fumer des produits du tabac ? Est-elle...
Base : à tous (1000)

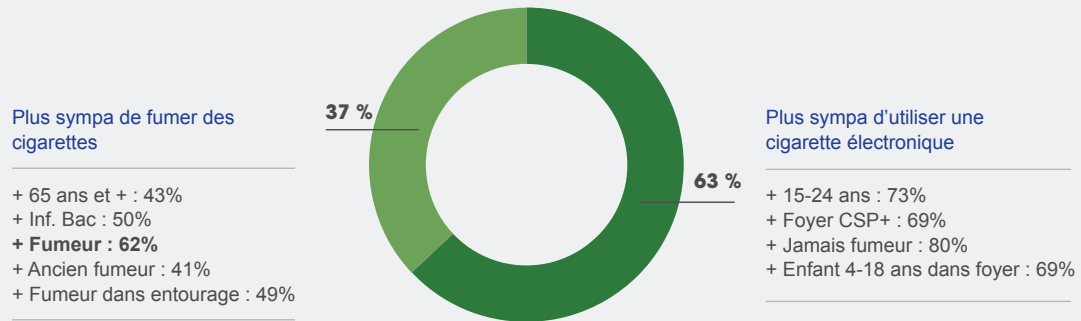


Dans le prolongement de la dernière vague réalisée en juin 2024, il apparaît ici que dans leur immense majorité (78 %), les Français ont une opinion négative du tabac. À la question « Quelle est votre opinion générale sur le fait de fumer des produits du tabac ? », ils sont 47 % à répondre « Très négative », et 31 % à nuancer cette opinion par une perception « Plutôt négative ». Si cette position est moins prononcée chez les fumeurs, ils sont néanmoins 53 % à détenir une vision globalement négative des produits du tabac.

La cigarette électronique est nettement mieux perçue que les cigarettes manufacturées parmi les moins de 25 ans et les foyers CSP+. En revanche, aucune préférence n'émerge parmi les peu diplômés

Selon vous, est-il plus sympa de fumer des cigarettes ou d'utiliser la cigarette électronique ?

Base : à tous (1000)



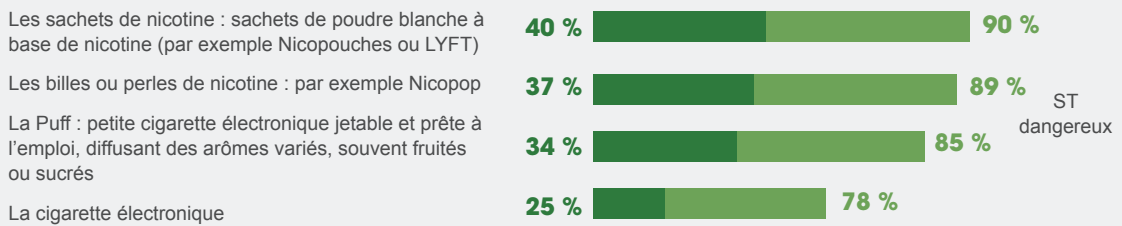
Cette année, nous avons introduit de nouvelles questions dans cette enquête, afin de récolter des données plus précises concernant les différents produits de la nicotine (notamment de la cigarette électronique) et la façon dont ils sont perçus, par rapport aux produits dits « classiques » du tabac. Ici, nous constatons que, parmi les déclarants, 63 % trouvent « plus sympa d'utiliser une cigarette électronique que de fumer des cigarettes ». Une proportion qui grimpe à 73 % chez les personnes ayant moins de 25 ans, et 69 % chez les catégories socio-professionnelles supérieures (CSP +). Ces indications (la seconde allant dans le sens des différentes analyses relatives aux inégalités sociales en matière de tabagisme et de vapotage⁶), pourraient nous permettre de cibler des groupes plus restreints de la population, se montrant davantage sensibles à nos messages de campagne.

⁶ Voir notamment : Pasquereau A, Andler R, Guignard R, Soullier N, Beck F, Nguyen-Thanh V. « Prévalence du tabagisme et du vapotage en France métropolitaine en 2022 » parmi les 18-75 ans. Buletin Épidémiologique Hebdomadaire. 2023 (9-10) :152-8 ; ou encore l'enquête EROPP 2023 OFDT - exploitation Santé publique France : https://www.mois-sans-tabac-bretagne.fr/_docs/actus/258/Fichier-258-1-171228.pdf

Perception de la dangerosité des produits de la nicotine quelle que soit leur forme. Cependant, cette perception est moins marquée pour la cigarette électronique

Selon vous, les produits suivants sont-ils dangereux pour la santé ?
Base : À tous (1000)

■ Oui, très dangereux
■ Oui, plutôt dangereux



Massivement, les Français perçoivent une dangerosité des différents produits de la nicotine, alors même que certains d'entre eux (sachets et billes de nicotine principalement - respectivement perçus comme dangereux à 90 % et 89 %) restent encore peu connus du grand public, même chez les jeunes qui en sont pourtant les principaux consommateurs⁷. De façon analogue à la vision « plus sympa » que peut renvoyer la cigarette électronique, cette dernière est également considérée comme moins dangereuse (78 %), se plaçant ainsi derrière la Puff qui, bien que très consommée notamment chez les adolescents, reste perçue comme dangereuse à 85 %.

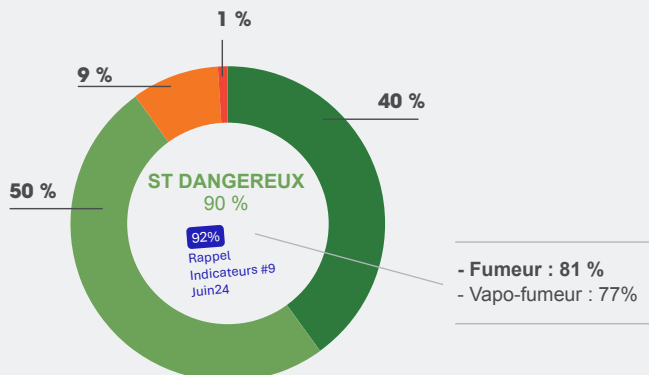
⁷ Voir notre rapport « Perception et usage des nouveaux produits du tabac et de la nicotine chez les 13-16 ans », 21 novembre 2024, disponible sur le site de l'ACT : <https://alliancecontreletabac.org/2024/11/21/produits-nicotine-chez-les-ados/>

Les sachets de nicotine : un produit dangereux selon 9 Français sur 10

Selon vous, les produits suivants sont-ils dangereux pour la santé ?

Base : À tous (1000)

- Oui, très dangereux
- Oui, plutôt dangereux
- Non, plutôt pas dangereux
- Non, pas du tout dangereux



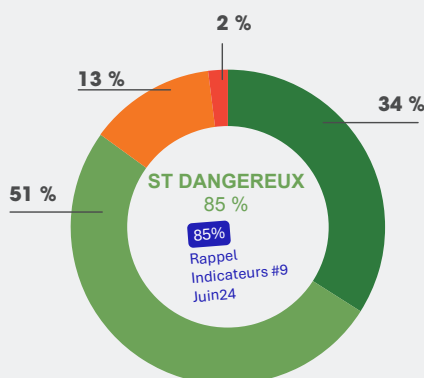
Comme dans les vagues précédentes, les sachets de nicotine restent le produit perçu comme le plus dangereux, puisque 9 français sur 10 le déclarent comme tel, alors que seul 1 % de la population l'envisage comme « pas du tout dangereux ». Alors que la Puff fait l'objet d'une attention soutenue et de mesures législatives concrètes⁸, les sachets et billes de nicotine sont des produits encore discrets et méconnus, renvoyant toutefois à une forme de nocivité dans l'imaginaire des Français. Nous pouvons envisager que cette méconnaissance a un impact sur la perception de danger, qui est bien réel, qui ressort ici.

La Puff : un produit identifié comme étant plus dangereux que la cigarette électronique (+7 points) mais un peu moins que les billes et sachets de nicotine (-4 et -5 points)

Selon vous, les produits suivants sont-ils dangereux pour la santé ?

Base : À tous (1000)

- Oui, très dangereux
- Oui, plutôt dangereux
- Non, plutôt pas dangereux
- Non, pas du tout dangereux



Parce que la Puff a fait l'objet de nombreuses campagnes de sensibilisation soulignant sa dangerosité, elle est perçue comme étant plus nocive (+7 points) que la cigarette électronique, qui elle bénéficie d'un jugement moins négatif. L'usage de cette dernière, bien que polémique, étant très largement répandu et accepté socialement.

⁸ Le Parlement a trouvé un accord en mars 2024 devant donner lieu à une stricte et totale interdiction à la vente dès le début de l'année 2025 (cette dernière devait avoir lieu à la fin de l'année 2024, mais l'actualité politique de ce dernier semestre retarde sa mise en application).

Acceptabilité des normes de contrôle du tabac

Le travail de prévention visant à rendre le tabac moins attractif et désirable en société est directement connecté à l'élaboration et au renforcement des mesures de contrôle de celui-ci. À ce titre, l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS) rappelle régulièrement que l'un des moyens les plus efficaces pour faire reculer la prévalence tabagique est l'instauration d'une fiscalité comportementale⁹, ayant vocation à protéger les consommateurs et consommateurs potentiels en rendant peu accessible le prix du tabac¹⁰. La littérature scientifique n'a cessé de démontrer que ces hausses de taxes ont une efficacité particulière, notamment sur les jeunes générations et les catégories populaires, davantage sensibles à cet argument du prix. Aussi, d'après nos enquêtes, les Français qui ont une image négative du tabac sont également favorables au renforcement et à la mise en place de mesures ambitieuses de lutte anti-tabac (et, par extension, contre les nouveaux produits de la nicotine). Les présents chiffres, en hausse et globalement encourageants, nous confortent dans nos différentes missions, notamment dans notre action de plaider en faveur d'une vraie trajectoire fiscale sur les produits de tabac et de la nicotine.

La moitié des Français souhaite voir augmenter les mesures anti-tabac

Depuis plusieurs années, la France a mis en place de nombreuses mesures de lutte contre le tabac (paquet neutre, augmentation du prix du tabac, interdiction de la publicité...).

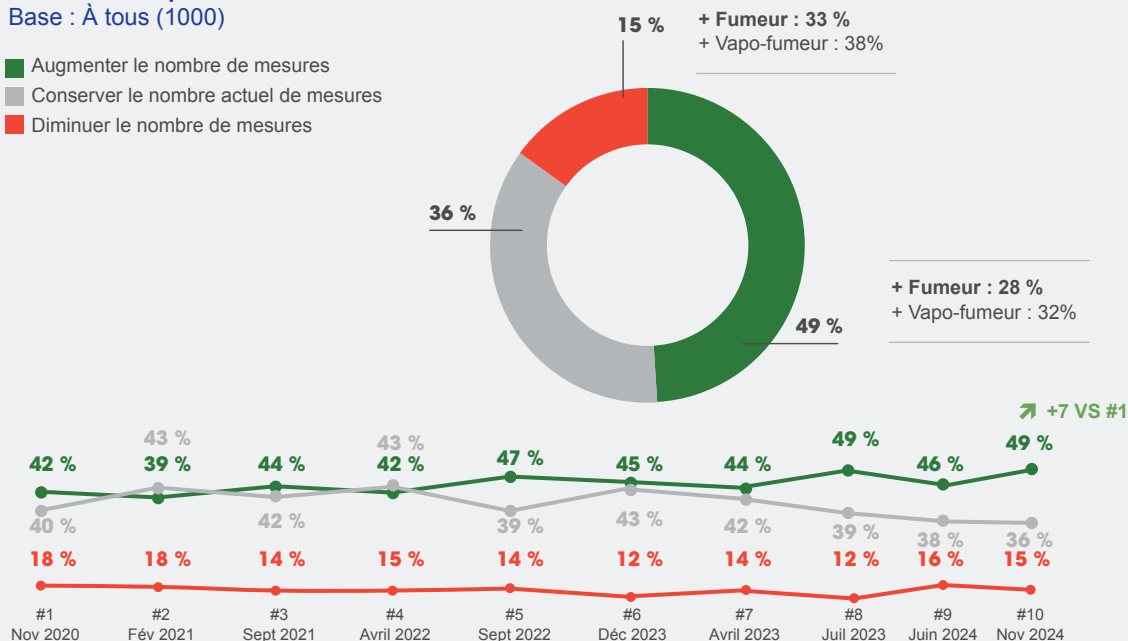
Pensez-vous qu'il faille :

Base : À tous (1000)

■ Augmenter le nombre de mesures

■ Conserver le nombre actuel de mesures

■ Diminuer le nombre de mesures



49 % des Français dont 28 % de fumeurs souhaitent voir augmenter les mesures anti-tabac, dans le sillage de celles déjà déployées en France ces dernières années. Ce chiffre, légèrement en hausse par rapport à la vague précédente (ils étaient 46 % à répondre la même chose), est également en augmentation de +7 points par rapport à la première vague d'indicateurs de novembre 2020. Néanmoins, cette évolution par rapport aux vagues antérieures à 2024 est à prendre avec précaution, puisque nous avons légèrement modifié le libellé afin de rendre l'interrogation plus ouverte.

⁹ Voir notamment le rapport d'information réalisé au nom de la mission d'évaluation et de contrôle de la sécurité sociale et de la commission des affaires sociales, sur la fiscalité comportementale dans le domaine de la santé : <https://www.senat.fr/rap/r23-638/r23-6381.pdf>

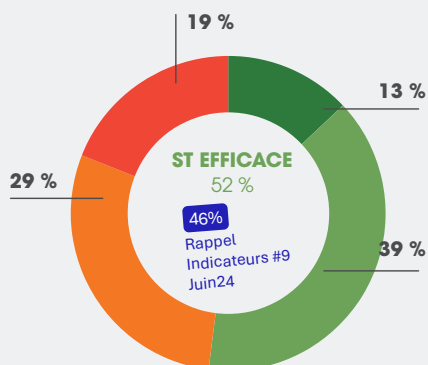
¹⁰ WHO, « L'augmentation des taxes sur le tabac est la solution la plus efficace et la plus rentable pour réduire le tabagisme quel que soit le contexte » : https://iris.who.int/bitstream/handle/10665/112850/WHO_NMH_PND_14_2_fre.pdf;sequence=1%22

Des Français toujours très partagés sur l'efficacité de l'augmentation de prix du tabac sur la réduction de la consommation, ils paraissent cependant plus convaincus qu'en juin dernier

L'augmentation de prix du tabac est-elle un moyen efficace pour réduire la consommation de tabac ?

Base : À tous (1000)

- Oui, très efficace
- Oui, plutôt efficace
- Non, pas tellement efficace
- Non, pas du tout efficace



+ Jamais fumeur : 57 %
- Fumeur : 36 %

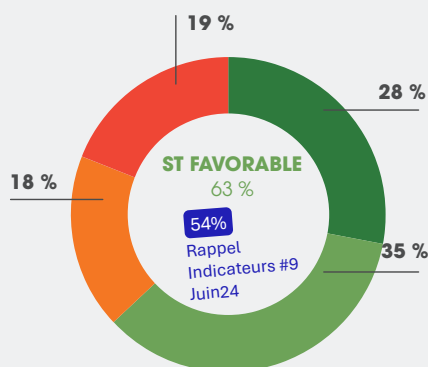
En hausse de +6 points par rapport à la vague précédente, les personnes interrogées se disent de plus en plus convaincues par l'efficacité de l'augmentation de prix du tabac sur la réduction de la consommation, devenant ainsi l'opinion majoritaire (46 % en juin 2024 et 52 % pour l'enquête actuelle). Bien qu'encore relativement « faible », ce chiffre nous indique que la perception tend vers une évolution favorable, et qu'il convient de poursuivre nos efforts de plaidoyer et de communication en ce sens.

Une adhésion en hausse concernant l'instauration d'une taxe sur les cigarettes électroniques

Êtes-vous favorable à l'instauration d'une faible taxe sur les cigarettes électroniques ?

Base : À tous (1000)

- Oui, très favorable
- Oui, plutôt favorable
- Non, pas tellement favorable
- Non, pas du tout favorable



+ Jamais fumeur : 71 %
- Fumeur : 46 %

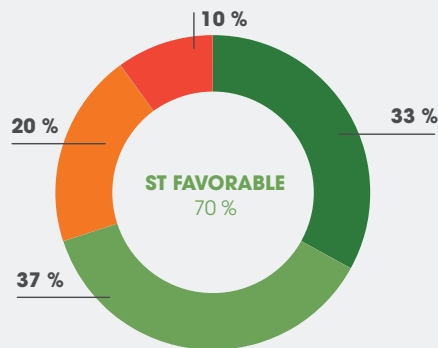
De façon significative, cette nouvelle étude nous indique également que 63 % des Français interrogés sont favorables à l'instauration d'une faible taxe sur les cigarettes électroniques. Ce résultat est en hausse de +9 points par rapport à l'indicateur précédent, pouvant dénoter un changement des mentalités sur le sujet.

Des Français qui adhèrent majoritairement à la proposition d'arrêter de vendre du tabac à la prochaine génération. Même la moitié des fumeurs y est favorable

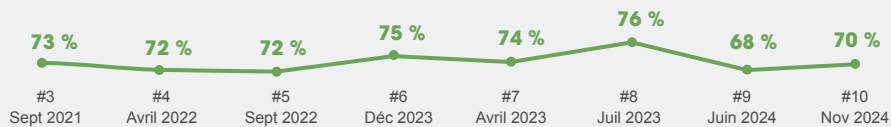
Êtes-vous favorable à l'arrêt progressif de la vente de tabac aux nouvelles générations (c'est-à-dire par exemple que les individus nés après 2014 ne pourraient jamais acheter de tabac) comme c'est en projet au Royaume-Uni ?

Base : À tous (1000)

- Oui, très favorable
- Oui, plutôt favorable
- Non, pas tellement favorable
- Non, pas du tout favorable



+ Jamais fumeur : 81 %
- Fumeur : 52 %
+ 15-24 ans : 79%



Interrogés sur la proposition d'interdiction de vente de tabac à la prochaine génération, 70 % des Français déclarent y être favorables, dont 33 % se montrant « très favorables » à cette idée. Bien que nous ayons légèrement fait évoluer le libellé de la question, le chiffre reste assez stable par rapport à notre dernière enquête (juin 2024).

Connaissance et perception des méfaits de l'industrie du tabac

Nos différentes enquêtes nous indiquent que lorsqu'il s'agit du tabac et des produits de la nicotine, les Français ont principalement des connaissances, des avis et une perception en lien avec la santé. Pourtant, nous relevons également que la plupart d'entre eux se montrent très sensibles aux conséquences non sanitaires des activités de cette industrie, dès lors qu'ils en sont informés ou que la question leur est posée en ce sens. C'est pourquoi nous maintenons notre position de contre-lobby, car il est établi que la révélation des méfaits de l'industrie du tabac au grand public (qu'ils soient environnementaux, économiques, politiques, ou sociaux – comme le non-respect des droits humains par exemple) est un levier important d'influence sur la perception du tabagisme, en particulier auprès des jeunes (qui constituent l'une de nos cibles privilégiées).

Plus spécifiquement, la confiance accordée à l'État et aux buralistes tend à s'effriter, et les enjeux et relations de pouvoir au cœur de ces échanges sont rendus de plus en plus visibles, principalement grâce à un important travail de communication et de plaidoyer porté par plusieurs organisations et associations, dont l'ACT¹¹. La parole des buralistes (représentés par sa Confédération et son président Philippe Coy) joue un rôle central dans la perception souvent positive que peuvent avoir les décideurs et le grand public sur leurs activités. Pourtant, en s'appuyant régulièrement sur des études tronquées comportant des chiffres largement exagérés sur le commerce illicite¹², les buralistes s'opposent systématiquement à toute hausse des prix des produits du tabac, alors même qu'il s'agit de l'outil reconnu comme étant le plus efficace pour lutter contre le tabagisme. Ce discours trompeur, qui met l'accent sur la situation économique précaire dans laquelle les laisserait une telle mesure, est malheureusement particulièrement relayé dans la presse, et notamment la presse locale.

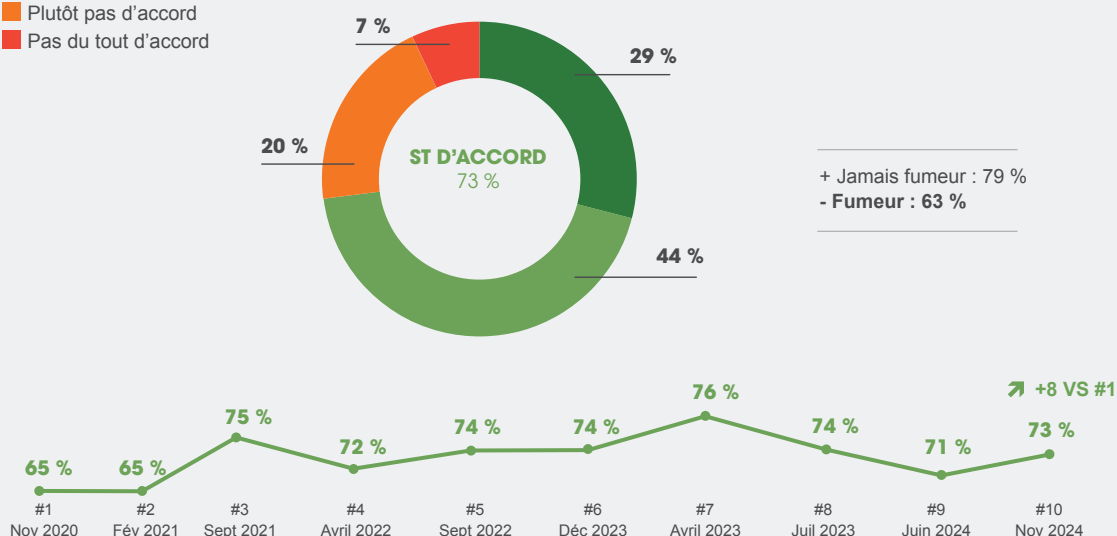
¹¹ À titre d'exemple, l'ACT et Association Addictions France ont conjointement organisé au Sénat, le vendredi 04 octobre 2024, le colloque « Fiscalité comportementale : efficacité et freins de l'utilisation de la taxation comme outil de prévention en santé publique » : <https://www.drogues.gouv.fr/colloque-fiscalite-comportementale-efficacite-et-freins-de-lutilisation-de-la-taxation-comme-outil>

¹² Il convient de préciser que la quasi intégralité des études sur lesquelles s'appuient les buralistes proviennent de rapports financés par l'industrie du tabac elle-même. Le rapport annuel KPMG, constituant le support le plus relayé par les buralistes et industriels, est commandé par Philip Morris International.

Des Français qui estiment largement que les industriels du tabac ne respectent pas les droits humains en vendant un produit qui rend dépendant

L'industrie du tabac va à l'encontre des droits humains en vendant un produit qui rend dépendant.
Base : À tous (1000)

- Tout à fait d'accord
- Plutôt d'accord
- Plutôt pas d'accord
- Pas du tout d'accord



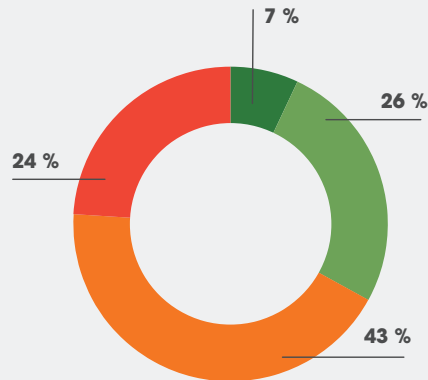
Une très grande majorité des personnes interrogées (73 %) s'accordent sur le fait que « l'industrie du tabac va à l'encontre des droits humains en vendant un produit qui rend dépendant » : 29 % d'entre elles se déclarent « tout à fait d'accord » avec cette affirmation, quand 44 % se disent « plutôt d'accord ». Soulignons ici que la proportion globale de personnes se déclarant d'accord avec cette affirmation a augmenté de +8 points depuis la première vague d'indicateurs (novembre 2020).

Des aides accordées par l'État aux bureaux de tabac jugées peu légitimes par les Français

Estimez-vous légitime que l'État accorde des aides financières aux bureaux de tabac ?

Base : À tous (1000)

- Oui, tout à fait
- Oui, plutôt
- Non, plutôt pas
- Non, pas du tout



+ Fumeur : 50 %
+ Vapo-fumeur : 56%
+ Utilisateur de nicotine : 53%

ST NON
67 %

67 % des personnes interrogées estiment que les aides financières¹³ apportées par l'État aux bureaux de tabac ne sont pas légitimes. Il est à rappeler qu'en France, la vente des produits du tabac est un monopole de l'Etat, dont la gestion est confiée à la direction générale des douanes et droits indirects (la DGDDI - Ministère de l'Économie et des Finances). Ainsi, les buralistes sont en partie rémunérés au moyen d'une remise accordée sur la vente de produits du tabac. Une part du prix du produit du tabac, fixée par l'État, leur revient donc de droit¹⁴.

¹³ Sur la période 2004 – 2027, c'est un total de 4,4 milliards d'euros d'aides publiques soit plus de 190 millions d'euros par an versés à la profession. Voir le rapport de l'ACT sur les revenus et l'influence des buralistes : <https://alliancecontreletabac.org/2024/10/01/44-milliards-daides-publiques-pour-les-activites-lucratives-des-buralistes/>

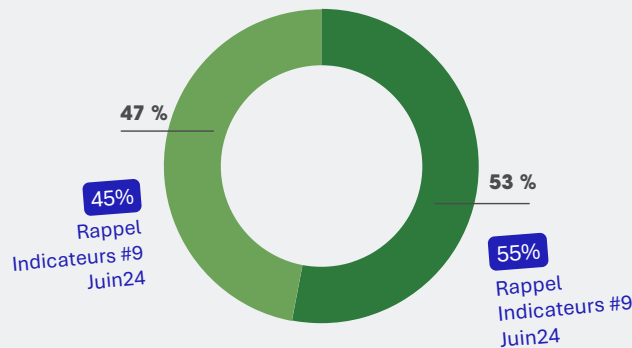
¹⁴ Direction Générale des douanes et Droits Indirects, réglementation sur le tabac : <https://www.douane.gouv.fr/professionnels/tabac>

La position des bureaux de tabac vis-à-vis des industriels du tabac reste très clivante : un peu plus de la moitié des Français les considèrent comme des commerces de proximité comme les autres, tandis que l'autre moitié estime qu'ils défendent les intérêts de cette industrie

Selon vous, les bureaux de tabac...

Base : À tous (1000)

- sont avant tout des commerces de proximité comme les boulangers ou les pharmaciens
- vendent les produits des industriels du tabac et défendent leurs intérêts



Un peu moins de la moitié des Français interrogés (47 %) considère que les bureaux de tabac vendent les produits des industriels et défendent leurs intérêts, quand 53 % d'entre eux les envisage comme des commerces de proximité comme les autres. Ce résultat, assez stable bien qu'en très légère hausse, est intéressant car il indique une tendance très binaire pouvant donner lieu à un changement de perception. En continuant d'informer le grand public sur la réalité des relations entre la Confédération des buralistes, le marché des addictions et les industriels du tabac, il y a fort à parier que l'opinion se transforme en faveur d'une dénonciation d'un système complexe et fallacieux. Car contrairement à l'image que les buralistes souhaitent renvoyer (de commerces de proximité souvent déficitaires, isolés et laissés-pour-compte), ils représentent au contraire une profession particulièrement lucrative. En 2023, les revenus tirés de la vente des produits du tabac est estimée à 2 milliards d'euros de gains, soit 90 000 euros en moyenne par buraliste. Ces revenus, issus en partie de leur monopole sur la vente des produits du tabac, sont également complétés par la vente d'autres produits pouvant créer (ou pérenniser) des addictions, tels que les nouveaux produits de la nicotine, les jeux d'argent et de hasard ou encore l'alcool¹⁵.

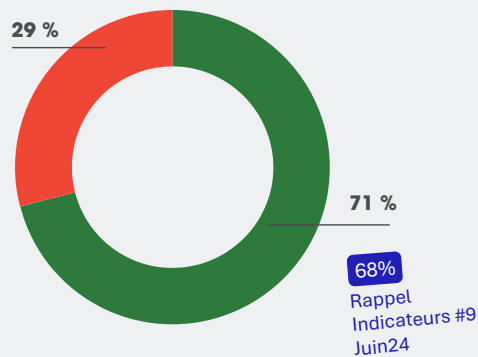
¹⁵ Les enquêtes de l'ACT, « Ressources et stratégies d'influence des buralistes en France : état des lieux d'une profession financée par l'Etat au détriment de la lutte contre le tabac », 3 octobre 2024, disponible sur: <https://alliancecontretabac.org/2024/10/01/44-milliards-daides-publiques-pour-les-activites-lucratives-des-buralistes/>

L'opinion la plus répandue parmi les Français est que les industriels du tabac et les producteurs de produits de la nicotine partagent les mêmes intérêts

Pensez-vous que les industriels du tabac (cigarettes, tabac à rouler) et les producteurs de produits de la nicotine (Puff, sachets, billes) ont les mêmes intérêts ?

Base : À tous (1000)

■ Oui
■ Non



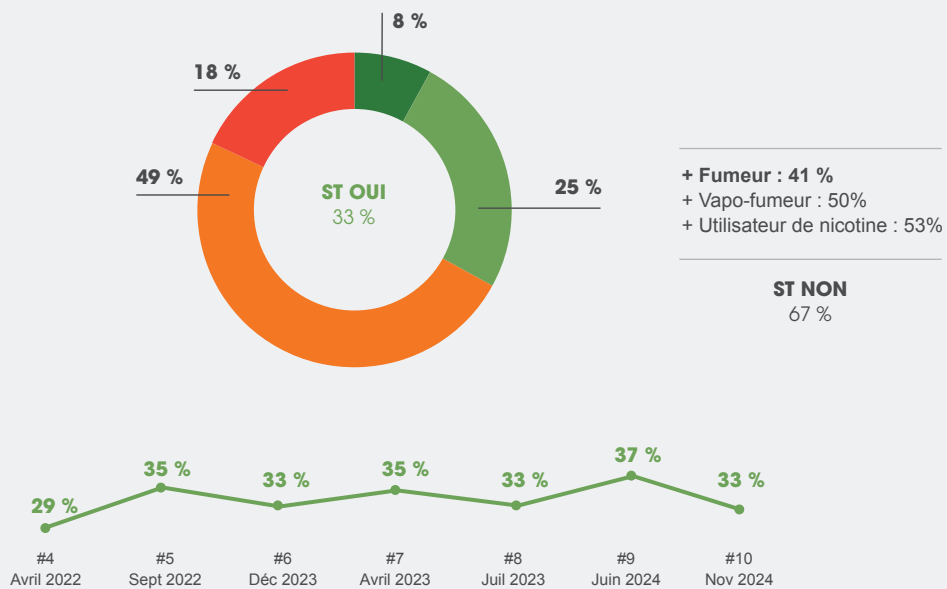
À la question « Pensez-vous que les industriels du tabac (cigarettes, tabac à rouler) et les producteurs de produits de la nicotine (Puff, sachets, billes) ont les mêmes intérêts ? », 7 français sur 10 répondent oui. Ce résultat, en hausse par rapport au neuvième indicateur, indique que dans les représentations du grand public, l'industrie du tabac et l'industrie de la nicotine (lorsqu'il ne s'agit pas des mêmes entreprises) sont effectivement liées par des intérêts similaires, sous-entendus économiques. Dans la perspective d'un renforcement de ce constat, ainsi que son élargissement au plus grand nombre, il nous incombe de continuer d'enquêter, documenter et informer la population sur le fonctionnement de ces industries, leurs connivences, leurs réseaux et leurs relations avec les gouvernements.

Une population toujours peu informée des pratiques d'influence de l'industrie du tabac. Cela semble moins vrai parmi les vapo-fumeurs et utilisateurs d'un produit de la nicotine

L'industrie du tabac déploie des stratégies d'influence pour freiner les mesures de prévention du tabagisme et protéger ses intérêts (soutien à des activités socialement responsables, influence des décisions politiques ou de l'opinion, parrainage d'événements, présence du tabac dans les films...). Vous sentez-vous bien informé sur ces pratiques d'influence de l'industrie du tabac ?

Base : À tous (1000)

- Oui, tout à fait
- Oui, plutôt
- Non, plutôt pas
- Non, pas du tout



Cette nouvelle étude pointe que les Français sont encore 67 % à se sentir trop peu informés sur les pratiques d'influence de l'industrie du tabac, qui visent à freiner les mesures de prévention du tabagisme, tout en préservant ses intérêts. Cette affirmation est cependant moins partagée par les fumeurs quotidiens (41 %), les utilisateurs de nicotine (51 %) ou encore les vapo-fumeurs (50 %). Des campagnes de sensibilisation ciblées sur le grand public et notamment les non-fumeurs doivent être intensifiées, puisque ces derniers semblent être les plus éloignés des contenus informatifs. Néanmoins, nous constatons dans l'ensemble que les personnes interrogées sont réceptives aux messages transmis, quand elles y sont confrontées.

Conclusion

Le présent rapport, réalisé à partir des données récoltées dans le cadre de la dixième vague de nos indicateurs mesurant la perception des produits du tabac et de la nicotine chez les Français de 15 ans et plus, nous indique en premier lieu que si la consommation de tabac est perçue de plus en plus négativement, ce désamour ne semble pas s'appliquer à la cigarette électronique et à la Puff (pour les plus jeunes). Également, le fait de fumer est encore largement perçu comme étant l'exercice d'une liberté individuelle, engageant principalement des aspects personnels et sanitaires. Or – et nous tenons fermement à cette position – le tabagisme est en premier lieu une addiction créée et entretenue par l'industrie du tabac, contre laquelle il convient donc de lutter activement. Responsable de plus de 8 millions de morts chaque année¹⁶, les fumeurs en sont les premières victimes.

Certains éléments relevés dans cette étude nous montrent que les enjeux socio-économiques, politiques ou environnementaux en lien avec l'industrie du tabac sont certes plus méconnus des Français, mais que ces derniers sont très réceptifs à ces informations lorsqu'elles leur sont fournies. Plus encore, il apparaît que des positions assez nettes se dessinent lorsqu'il s'agit de remettre en question le rôle des industriels du tabac et de la nicotine, tout comme les relations complexes et floues entre les ruralistes et l'État. Cela signifie que le temps long est un allié et que nos différentes actions en faveur d'un changement de perception sur le tabac et son industrie bénéficieront sans nul doute à termes d'effets multiplicateurs.

Ainsi, il importe, dans le cadre de notre actuel programme de dénormalisation (2024-2027) et en complémentarité avec les actions de prévention portées par les organismes et associations partenaires, de maintenir un discours et des messages de campagne dénonçant directement les méfaits de l'industrie du tabac. Car nous savons désormais qu'une baisse de la désirabilité sociale du tabac, couplée à une stigmatisation accrue des méfaits de son industrie, donne lieu à une réduction significative de la consommation. Nous espérons que la poursuite de cet objectif, permettra d'accéder aux premières générations sans tabac dans la prochaine décennie.

¹⁶ WHO, « Tabac », 31 juillet 2023. Disponible sur : <https://www.who.int/fr/news-room/fact-sheets/detail/tobacco>

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



www.alliancecontreletabac.org

