



31 MAI 2008 : JOURNÉE MONDIALE SANS TABAC

Bilan de l'interdiction de fumer dans les lieux de convivialité

Dossier de presse

**Contact Presse – Ministère de la Santé, de la Jeunesse, des Sports et de la
Vie associative
01 40 56 40 14**

Sommaire

I- La journée mondiale sans tabac

1. Thème du 31 mai 2008 : la jeunesse sans tabac
2. Mode de consommation du tabac et idées reçues chez les jeunes

II- Enquête sur la perception et le respect de l'interdiction de fumer dans les lieux de convivialité

1. Respect de l'interdiction par les fumeurs
2. Adhésion à l'interdiction totale de fumer plus élevée dans les restaurants que dans les bars
3. Impact de l'interdiction sur les raisons d'arrêter et sur la consommation

III- Infractions au décret constatées

1. Un décret bien appliqué
2. Les quelques difficultés rencontrées

IV- Campagne INPES : inciter et aider les fumeurs au sevrage

1. La campagne médias
2. Les documents pédagogiques

V- Tabac Info Service

1. Une ligne téléphonique accessible au 0 825 309 310 (0,15€/mn)
2. Un site Internet www.tabac-info-service.fr

I- La journée mondiale sans tabac

La journée mondiale sans tabac a lieu chaque année le 31 mai depuis 1988 sous l'égide de l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS).

Depuis 1991, elle est inscrite dans le code de la santé publique. Cette journée vise à favoriser une prise de conscience globale sur les dangers du tabac pour les consommateurs et leurs entourages.

1. Thème du 31 mai 2008 : Une jeunesse sans tabac

On compte aujourd'hui environ 1,8 milliard de jeunes âgés de 10 à 24 ans dans le monde dont plus de 85 % dans les pays en développement. La nicotine est une substance hautement dépendogène et l'expérience du tabac pendant l'enfance et l'adolescence peut facilement déboucher sur une dépendance pendant le reste de la vie.

Partant de ce constat, l'OMS a choisi comme thème cette année : une jeunesse sans tabac.

Ce thème reflète à un des axes de la politique de santé publique menée par le ministère : la santé des jeunes.

2. Mode de consommation du tabac et idées reçues chez les jeunes

Chez les jeunes (12-18 ans), la lutte contre le tabac conduite dans le cadre du plan cancer a eu des effets durables. En revanche, le niveau du tabagisme des jeunes adultes reste préoccupant.

a) Mode de consommation des jeunes

- Les jeunes consomment différentes formes de tabac notamment du narguilé.
- Certains jeunes fument des cigarettes aromatisées dont les saveurs ont été étudiées pour cibler un public jeune, comme les « premix » avec l'alcool.

Ces cigarettes, présentées dans un conditionnement attractif (ex : emballage rose), laissent penser qu'il s'agit de produits non toxiques, ce qui est complètement faux.

- Enfin, les cigarettes roulées sont consommées par les jeunes en raison de leur coût inférieur.

b) Des jeunes en proie aux idées reçues

- Beaucoup de consommateurs de tabac à rouler pensent qu'il s'agit d'une pratique moins dangereuse que de fumer des cigarettes industrielles. Or, la consommation d'une cigarette de tabac à rouler entraîne l'inhalation de plus de toxines qu'une cigarette industrielle. Il semble que cette toxicité accrue ne soit pas liée au tabac à rouler mais au mode de préparation manuel.
- De même, le narguilé est souvent perçu comme une alternative relativement saine à la cigarette. Pourtant, ils encourent globalement les mêmes risques qu'en consommant des cigarettes.

Dans le cadre de la lutte contre le tabagisme, le ministère de la Santé, de la Jeunesse, des Sports et de la Vie associative a interdit la consommation dans les lieux de convivialité. Cette interdiction a été bien perçue. L'INPES a mené une étude sur ce sujet dont les résultats sont livrés ici.

II- Enquête sur la perception et le respect de l'interdiction de fumer dans les lieux de convivialité

Les fumeurs respectent-ils l'interdiction de fumer dans les bars et les restaurants? Vont-ils toujours aussi souvent dans ces endroits? Cela a-t-il eu des répercussions sur leur envie d'arrêter?

Afin d'évaluer ces questions, l'INPES a réalisé à la demande du ministère, une enquête auprès de 911 fumeurs¹ destinée à mieux connaître leurs réactions vis-à-vis de l'entrée en vigueur de l'interdiction de fumer dans les bars, cafés, pubs d'une part et dans les restaurants et brasseries d'autre part.

1. Les fumeurs interrogés respectent l'interdiction. Ils constatent que les autres fumeurs en font autant

Respect déclaré de l'interdiction par les interviewés eux-mêmes, et perception du respect par les autres consommateurs (ne voient jamais d'autres clients fumer à l'intérieur)

	restaurants		bars	
	2005	2008	2005	2008
par eux-mêmes	89 %	97%	82 %	95%
par les autres	49 %	89%	23 %	85%

a) Le respect de l'interdiction est quasi absolu :

97% des fumeurs déclarent **ne jamais fumer dans les restaurants et brasseries, et 95% dans les bars et cafés**. La comparaison de ces réponses à celles du Baromètre santé 2005 amène au constat d'un très grand progrès.

¹ Construit selon la méthode des quotas en termes de sexe, âge, profession de l'interviewé, région et habitat, cet échantillon de 911 fumeurs de 15 à 75 ans a été interrogé par téléphone du 22 au 30 avril 2008. 833 fumeurs, sur les 911 interrogés, s'étaient rendus au moins une fois dans un bar et/ou un restaurant.

Il y avait **en 2005** un grand décalage entre les réponses des fumeurs concernant leur propre respect des zones non-fumeurs et les réponses concernant leur appréciation du respect en général des zones non-fumeurs : pour les restaurants, ils étaient ainsi **89 %** à déclarer personnellement **respecter ces zones**, mais ils n'étaient plus que 49 % à estimer que les zones non-fumeurs étaient bien respectées dans les restaurants.

En **2008**, le pourcentage d'interviewés déclarant ne **jamais voir** d'autres consommateurs fumer à l'intérieur d'un **restaurant** est passé à **89 %** (seulement 2 % déclarent en voir "régulièrement", 3 % "de temps en temps", et 6 % "de manière exceptionnelle"). Pour les **bars**, il est passé **de 23 % en 2005 à 85 % en 2008** (3 % déclarent en voir "régulièrement", 4 % "de temps en temps", et 8 % "de manière exceptionnelle").

b) Les fumeurs déclarent sortir dans la rue pour fumer

Deux tiers sortent dans la rue pour fumer : un tiers sort "régulièrement" (32 % du restaurant et 36 % du café) et un tiers sort "de temps en temps" ou "de manière exceptionnelle" (34 % pour chacun des deux types d'établissements).

Seul un tiers déclare donc ne jamais sortir pour fumer (34 % du restaurant et 30 % du bar), et s'abstient donc de fumer durant son séjour dans l'établissement.

Les fumeurs quotidiens sont naturellement les plus nombreux à sortir régulièrement pour fumer : 36 % vs 6 % des fumeurs occasionnels pour les restaurants, 40 % vs 16 % des fumeurs occasionnels pour les bars.

Les jeunes de 15 à 25 ans sont les plus nombreux à sortir fumer², aussi bien pour les bars que pour les restaurants : 51 % contre 33 % des 26 – 44 ans dans les bars, et respectivement 41 % vs 27 % dans les restaurants.

Il n'y a par contre, pas de différence entre les hommes et les femmes, ni entre des communes de différentes tailles.

² A profils de personnes comparables (après contrôle du sexe, de l'âge, de l'habitat, du revenu et de l'intensité du tabagisme – quotidien ou occasionnel),

2. L'adhésion à l'interdiction totale de fumer est plus élevée pour les restaurants que pour les bars

Adhésion à l'interdiction de fumer dans les restaurants et dans les bars

	Restaurants		Bars	
	<i>Avant l'interdiction</i>	<i>Après l'interdiction</i>	<i>Avant l'interdiction</i>	<i>Après l'interdiction</i>
consommateurs	67%	83%	46%	61%

a) Une adhésion positive mais contrastée

Tout en étant nettement positive, l'**adhésion** est moins forte pour les **bars** que pour les **restaurants** :

Il est par ailleurs particulièrement important de noter la **progression des interrogés favorables à l'interdiction depuis son entrée en vigueur** : (enquête mensuelle menée depuis juillet 2007)

- avant l'interdiction, 67 % des fumeurs se déclaraient favorables pour les restaurants, depuis le 1^{er} janvier ils sont 83 % à trouver qu'il s'agit d'une bonne chose.
- Pour les bars, ils étaient 46 % à se déclarer favorables avant le 1^{er} janvier, ils sont 61 % à trouver aujourd'hui qu'il s'agit d'une bonne chose.

D'ailleurs, chez ceux qui ont fréquenté au moins une fois par mois les bars et les restaurants depuis le 1^{er} janvier 2008 :

- **74% jugent l'interdiction de la même façon pour les bars et pour les restaurants** : 24 % une très bonne chose, 31 % plutôt une bonne chose ; 11 % plutôt une mauvaise chose, et 8 % une très mauvaise chose
- **23 % la jugent moins bonne pour les bars que pour les restaurants**, et parmi eux, 14 % qui la trouvent "très bonne" ou "bonne" pour les restaurants, la trouvent "plutôt mauvaise" ou "très mauvaise" pour les bars
- **seulement 3 % la jugent meilleure pour les bars que pour les restaurants.**

L'adhésion est bien sûr plus forte chez les fumeurs occasionnels que chez les fumeurs réguliers : 71 % vs 59 % pour les bars, et 83 % vs 70 % pour les restaurants.

Par ailleurs, ceux qui vont au restaurant plus d'une fois par mois sont plus souvent favorables à l'interdiction dans les restaurants que ceux qui y vont moins souvent ; on ne retrouve pas le même phénomène pour les bars.

b) Malgré l'adhésion positive, on note une baisse de la fréquentation des bars et restaurants

Parmi ceux qui sont allés dans l'un et/ou l'autre des deux types d'établissements depuis le 1^{er} janvier de cette année, nombreux sont ceux qui déclarent y aller "moins souvent" "maintenant que l'interdiction de fumer est totale": 31 % déclarent aller moins souvent dans les restaurants ou brasseries, et 42 % dans les bars.

Ce sont les fumeurs réguliers qui sont les plus nombreux à déclarer fréquenter moins souvent les restaurants (33 % vs 16 % des occasionnels) et les bars (45 % vs 19 %).

3. L'impact de l'interdiction sur les raisons d'arrêter et sur la consommation

a) L'impact de l'interdiction sur les raisons d'arrêter

- **9 % des fumeurs** considèrent l'interdiction de fumer dans les lieux de convivialité comme **une raison d'arrêter de fumer**. Parmi eux, 20 % sont des fumeurs occasionnels et 7 % des fumeurs réguliers. Par ailleurs, la présence ou non d'enfants de moins de 15 ans au foyer n'a pas d'influence sur les réponses à cette question.

b) L'impact de l'interdiction sur la consommation

On note un impact en ce qui concerne la consommation au domicile ou dans la voiture.

- **12%** déclarent avoir **diminué leur consommation** dans leur domicile contre 6% qui déclarent l'avoir augmentée.

- **10 %** déclarent **fumer moins** souvent **en voiture**, et 8 % plus souvent.

III- Infractions au décret

Les infractions sont constatées par la Direction Centrale de la Sécurité Publique (DGPN) et la Direction Générale de la Gendarmerie Nationale (DGGN).

1. Un décret bien appliqué

Depuis le 1^{er} janvier 2008, il apparaît que la nouvelle réglementation est scrupuleusement suivie dans la grande majorité des établissements concernés (dans un premier temps, rappel de la réglementation et dès février, démarrage d'une phase accrue de contrôles et de verbalisation).

Du 1^{er} janvier au 31 mars 2008, la direction centrale de la sécurité publique (Direction Générale de la Police Nationale) a relevé

- **188 infractions** à la réglementation anti-tabac à Paris dans 45 établissements (**112 imputables à des usagers, 76 aux responsables des locaux**)

- **373 infractions** à la réglementation anti-tabac en province (**246 imputables à des usagers, 127 aux gérants et responsables des locaux**)

Du 1^{er} janvier au 31 mars 2008, la Direction Générale de la Gendarmerie Nationale (**NB : Les infractions constatées l'ont été dans des lieux couverts ce qui est bien plus large que les établissements de convivialité. Les infractions sont donc d'autant plus faibles.**)

- **71 infractions** à la réglementation anti-tabac dans un lieu couvert et clos accueillant du public (violation de l'interdiction de fumer dans un lieu couvert accueillant du public dont bar tabac)

- **15 infractions** à la réglementation anti-tabac (aide ou incitation à la violation de fumer dans un lieu couvert accueillant du public dont bar tabac)

2. Les quelques difficultés rencontrées

a) Les terrasses

Certaines se sont transformées en véritables espaces fumeurs avec une simple ouverture, dispositif non-conforme à la réglementation en vigueur (ouverture sur un pan entier, ou, à défaut, sans toiture pour permettre à la fumée de se dissiper facilement).

b) Le projet de transformation de certains établissements en club privé

Il s'agit d'une façon de contourner la loi afin de se soustraire à l'interdiction de fumer. Sur ce point, le conseil national de lutte contre le tabagisme a rappelé qu'à partir du moment où un établissement était un lieu de travail avec des employés et qu'il accueillait du public, il entrait dans le champ d'application du décret.

IV- Campagne média : inciter et aider les fumeurs au sevrage

Alors que l'interdiction de fumer dans tous les lieux à usage collectif est effective depuis le 1er février 2007, le nombre de fumeurs ne baisse pas. Pour aider les 60% de fumeurs qui souhaitent arrêter la cigarette mais pour qui le passage à l'acte reste difficile, le ministère de la Santé, de la Jeunesse, des Sports et de la Vie associative et l'INPES lancent à l'occasion de la Journée Mondiale Sans Tabac (JMST) le 31 mai 2008, une campagne de communication auprès du grand public et des professionnels de santé.

Cette campagne a pour objectif de mieux faire connaître le processus de sevrage pour le dédramatiser et ainsi favoriser le passage à l'acte avec une signature "*Tabac : quand on sait, c'est plus facile d'arrêter*". La communication n'élude pas la difficulté de l'arrêt mais la met en perspective. Elle valorise également les dispositifs téléphone et internet d'aide à l'arrêt de Tabac Info Service.

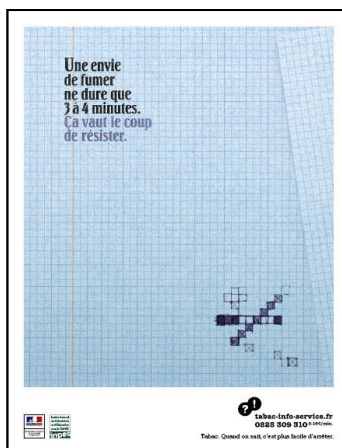
1. La campagne média

Dès le 31 mai 2008, une campagne multimédia proposera au grand public des informations nouvelles et objectives pour dédramatiser et faciliter l'arrêt du tabac.

Elle sera composée d'annonces presse et affichage, de spots radio, de bannières internet et de documents pédagogiques.

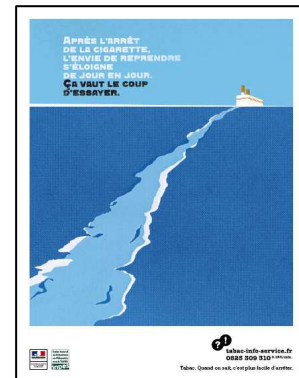
a) Presse et affichage

Les supports presse et affichage sont composés de quatre visuels qui utilisent une mise en page ludique et colorée pour illustrer les accroches. Celles-ci délivrent des informations nouvelles pour nourrir la motivation des fumeurs et inciter à l'arrêt.



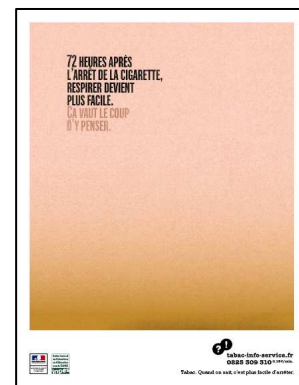
"Une envie de fumer ne dure que 3 à 4 minutes, ça vaut le coup de résister."

"Après l'arrêt de la cigarette, l'envie de reprendre s'éloigne de jour en jour, ça vaut le coup d'essayer"



"Chaque tentative est un pas de plus vers l'arrêt définitif de la cigarette, ça vaut le coup d'essayer"

"72 heures après l'arrêt de la cigarette, respirer devient plus facile, ça vaut le coup d'y penser"



Ces annonces seront diffusées :

- dans la presse magazine du 31 mai au 31 juillet ;
- sur 8 000 tables des cafés et bistrotts et sur 6 000 affichettes du réseau des cafés, hôtels et restaurants du 2 au 17 juin.

Une annonce presse spécifique sera réalisée à l'occasion de la Journée Mondiale sans tabac le 31 mai. Elle reprend le visuel de la cigarette en forme de tronc d'arbre que l'on abat en terminant l'accroche par « ça vaut le coup de se renseigner ». Elle sera diffusée dans 66 titres de la presse

quotidienne régionale, dans la presse quotidienne nationale (Le Figaro, le Monde, La Croix, l'équipe, Libération) et dans les départements d'outre-mer.

b) Des spots radio

Arrêter la cigarette n'est pas facile mais c'est une démarche loin d'être insurmontable lorsqu'elle est préparée. C'est le message que mettent en avant les quatre spots radio de 30 secondes diffusés du 31 mai au 18 juin et qui ont pour vocation d'inciter les fumeurs « intentionnistes » à passer à l'acte.

Après un jingle accompagnant l'accroche "*C'est peut-être aujourd'hui que vous allez arrêter de fumer*", les spots mettent en scène des anciens fumeurs qui témoignent de leur expérience et de la nécessité d'être correctement informé et préparé pour réussir son sevrage tabagique.

Les thèmes abordés sont :

- **la gestion du manque,**
- **le bon moment pour arrêter,**
- **chaque tentative, un pas de plus vers l'arrêt définitif,**
- **bien se préparer pour bien arrêter.**

Pour conclure, chaque spot invite à appeler la ligne téléphonique ou à consulter le site de Tabac Info Service.

c) Internet

Trois bannières reprenant les principes créatifs de la presse et de l'affichage sont diffusées sur Internet du 31 mai au 22 juin. Elles dirigent l'internaute vers le site internet de Tabac Info Service (www.tabac-info-service.fr) et mentionnent également le numéro de téléphone de Tabac Info Service.



**Une envie de fumer ne dure que 3 à 4 minutes.
Ça vaut le coup de résister.**

Tabac.
Quand on sait,
c'est plus facile d'arrêter.



tabac-info-service.fr
0825 309 310^{0.18€/min.}

2. Document pédagogiques

Trois supports pédagogiques complètent la campagne de communication :

- Une nouvelle version du guide pratique "J'arrête de fumer", édité à 700 000 exemplaires ;
- Un nouveau dépliant de promotion de Tabac Info Service, édité à 1 000 000 exemplaires ;
- Un lot de deux affiches de promotion de la démarche d'arrêt et de Tabac Info Service (30X40 cm), édité à 65 000 exemplaires.

Le grand public peut se procurer le guide et le dépliant auprès des professionnels de santé et des partenaires institutionnels de l'INPES (DDASS, DRASS, MILDT, CODES...). Ces documents sont aussi disponibles en appelant Tabac Info Service (0 825 309 310).



V- Tabac Info Service

Principales caractéristiques

- **Numéro d'accès : 0825 309 310** (0,15 €/min depuis un poste fixe)
- Ouvert du lundi au samedi, 8h-20h
- Existe depuis 1998, reçoit environ 40 000 appels par an.

Adresse du site : www.tabac-info-service.fr

Le pendant « web » de la ligne téléphonique d'aide à l'arrêt du tabac.

Il a été lancé à l'occasion de la journée mondiale sans tabac 2005.

Il a bénéficié d'une refonte en 2008, pour plus d'interactivité.

445 000 visites en 2007.

Tabac Info Service a mis en place deux dispositifs d'aide à l'arrêt du tabac.

1. Une ligne téléphonique accessible au 0 825 309 310 (0,15€/mn)

La ligne téléphonique Tabac Info Service (TIS) permet de répondre à toute question sur le tabac (risques, produits contenus dans la cigarette, consommation, etc.) et de proposer l'envoi gratuit de documentation.

a) Des entretiens avec des professionnels

Un second niveau de réponse permet aux appelants qui désirent des informations sur la démarche d'arrêt ou une aide pour arrêter de fumer. Ils peuvent également être mis en relation avec des professionnels de l'arrêt du tabac : infirmières, médecins, psychologues, diplômés en tabacologie. Ces tabacologues délivrent des conseils personnalisés, orientent vers des structures locales de sevrage, ou encore accompagnent les démarches d'arrêt via un ou plusieurs entretiens téléphoniques.

Ce service propose ainsi aux fumeurs qui le souhaitent un véritable suivi, c'est-à-dire la possibilité d'être rappelé plusieurs fois par le même tabacologue, afin de bénéficier d'aide, de conseils et de soutien, tout au long de leur démarche de sevrage.

Depuis le début 2008, **des entretiens dédiés au thème de la nutrition avec des tabacologues** nutritionnistes sont proposés aux appelants afin d'apporter une aide supplémentaire, la prise de poids étant un frein important à l'arrêt du tabac.

Par ailleurs, les professionnels de santé peuvent également s'entretenir eux-mêmes avec un tabacologue afin d'échanger sur les pratiques de la prise en charge de la dépendance tabagique : stratégies médicamenteuses et non médicamenteuses, dosages, effets secondaires, durée des traitements, anticipation des rechutes, accompagnement psychologique, etc. Ils peuvent aussi inciter leurs patients fumeurs à appeler la ligne.

b) Une variation du nombre d'appels liés à l'actualité et à la communication

Le numéro de Tabac Info Service est présent sur 1 paquet de cigarettes sur 14. 49% des appelants de TIS ont eu connaissance du numéro par ce canal en 2007, comme permettent de le savoir les questions systématiquement posées aux appelants.

Le numéro figure également sur la signalétique des espaces non fumeurs des lieux accueillant du public, rendue obligatoire depuis l'entrée en vigueur, le 1^{er} février 2007, de l'interdiction de fumer dans les lieux publics.

Ces deux publicités permanentes pour la ligne lui garantissent un socle d'appels relativement stable en période de routine. Cela étant, les volumes d'appels reçus dépendent surtout de l'actualité politique et médiatique relative au tabac : les grandes décisions telles que l'augmentation des prix des cigarettes, l'interdiction de fumer dans les lieux publics, les campagnes d'incitation à arrêter de fumer provoquent systématiquement des pics d'appels qui peuvent aller jusqu'à décupler le nombre d'appels reçus en routine. De même, les campagnes de communication visant à promouvoir TIS entraînent en moyenne un doublement du nombre d'appels quotidiens.

2. Un site Internet www.tabac-info-service.fr

a) Un site personnalisé

Le site internet www.tabac-info-service.fr a été lancé le 31 mai 2005, à l'occasion de la journée mondiale sans tabac.

Outre des informations sur le tabac, ses méfaits, les solutions pour arrêter, ce site contient des outils et exercices interactifs spécifiquement développés par une équipe d'experts en tabacologie : grâce à eux, l'internaute peut faire le point pas à pas sur sa dépendance, ce qu'il craint en arrêtant de fumer, ses motivations, etc. Ces outils sont adaptés au profil du fumeur.

Ce site propose aussi un coaching interactif par mail, auquel l'internaute peut s'inscrire pour recevoir ensuite des e-mails de soutien, de conseils et d'exercices qui l'accompagnent dans sa démarche d'arrêt.

Enfin, le site tabac-info-service.fr comporte une partie dédiée aux professionnels de santé, dans laquelle ils peuvent trouver tous les outils, adresses et méthodes pour aider leurs patients à arrêter de fumer.

b) 445 000 visites et 15 000 personnes « coachées » en 2007

Le site a fait l'objet d'une refonte éditoriale et graphique le 1er janvier 2008 pour en faire un site au cœur de l'accompagnement des « fumeurs intentionnistes » (ayant l'intention d'arrêter de fumer), et plus largement de tous ceux qui souhaitent s'informer sur le tabac.

A l'occasion de la Journée Mondiale sans tabac 2008, de **nouvelles fonctions ont été développées pour renforcer la personnalisation apportée aux internautes**. Les fumeurs sur le point d'arrêter et tous ceux qui souhaitent s'informer sur le tabac, surfent désormais sur un site plus riche, plus interactif et personnalisé grâce à de nouvelles fonctionnalités :

- des nouveaux tests sur l'alimentation, l'activité physique, la consommation éventuelle d'autres produits ;
- des jeux ;
- des forums pour déposer et consulter des témoignages ;
- un widget, petit outil placé directement sur le bureau de l'ordinateur qui permet de consulter le compteur (nombre de jours d'arrêt), qui délivre des messages à la personne coachée, mais donne également accès à un petit jeu (exploser des bulles pour décompresser quand l'envie de fumer est trop forte).

Des chats pour dialoguer avec des tabacologues seront par ailleurs mis en place à partir de la rentrée de septembre.