

1991 - 2021

30 ANS DE LOI EVIN, ET APRÈS ?

Passé

Présent

Futur

Le mot de Claude Evin



La loi de lutte contre le tabagisme et l'alcoolisme qui est passée à travers l'histoire en référence à mon nom est une loi de santé publique. J'ai joué, pour écrire cette loi et la faire adopter, un rôle normal pour un ministre chargé de la santé, mais ce que j'ai fait n'aurait pas pu aboutir s'il n'y avait pas eu d'autres acteurs mobilisés et si aujourd'hui encore, il n'y avait pas des associations comme DNF, des militants de la santé publique pour continuer de se battre pour son application.

Je me souviens du petit déjeuner où j'avais reçu cinq professeurs de santé publique venus me commenter la démarche qu'ils avaient déjà entreprise auprès des deux principaux candidats à l'élection présidentielle qui venait de se dérouler afin d'obtenir d'eux qu'ils s'engagent après leur élection à prendre des mesures pour ralentir les effets néfastes du tabac et de l'alcool sur la santé de nos concitoyens.

Ils m'avaient expliqué combien il était nécessaire d'intervenir, pour l'une comme pour l'autre des consommations, sur trois déterminants : l'encadrement de la publicité, voire son interdiction concernant le tabac, le renforcement d'une réglementation concernant les lieux de consommation, la sortie du tabac et de l'alcool de l'indice des prix afin de pouvoir en augmenter les coûts.

Ils avaient insisté sur le fait que la réduction de la consommation de ces produits nécessitait que ces trois types de mesures soient mises en œuvre en même temps pour changer les comportements et ainsi avoir un réel effet sur la protection de la santé.

Nous avons évoqué les groupes d'intérêt qu'il faudrait convaincre ou contourner et donc la difficulté de l'exercice, mais j'ai toujours considéré que l'engagement politique doit servir à faire changer les choses. C'est sans hésitation que j'ai, avec eux, pris l'engagement de me battre pour faire adopter ces mesures.

L'interdiction totale de la publicité directe ou indirecte en faveur du tabac s'imposait. On ne peut pas promouvoir un produit qui fait autant de dégâts sur la santé humaine. Les réglementations précédentes essayant d'encadrer la publicité avaient constamment été détournées. Cette interdiction est aujourd'hui encore détournée sur les réseaux sociaux.

L'interdiction de fumer dans les lieux affectés à usage collectif, dont il a été précisé par décret que c'était des lieux fermés et couverts, est sans doute mieux respectée depuis 2006 mais nécessite encore une vigilance permanente.

Une loi est nécessaire lorsqu'il s'agit de réglementer une activité économique ou des comportements qui peuvent avoir des effets néfastes sur la santé d'autrui. Une loi ne peut pas, à elle seule, changer les comportements. L'action que mène DNF est aujourd'hui déterminante pour poursuivre ce combat et contribuer à ces changements.

Sommaire



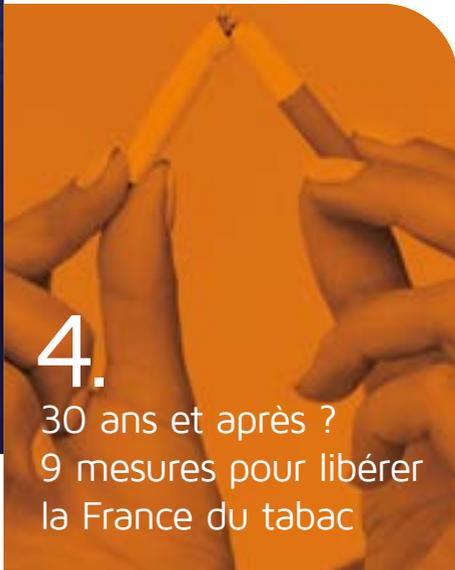
1.
Le texte de loi



2.
La jurisprudence sur
le respect de la loi Evin
durant ses 30 années
d'existence



3.
Le tabagisme,
un fléau sanitaire



4.
30 ans et après ?
9 mesures pour libérer
la France du tabac

Introduction

Lorsqu'en 2006 le décret Bertrand a été promulgué, DNF s'est rapidement rendu compte que son application laissait grandement à désirer dans la plupart des domaines visés, tant par ce décret que par celui de 1992.

L'association a alors alerté les agents chargés du contrôle et de l'éventuelle sanction des infractions. Par méconnaissance, par mauvaise interprétation des textes ou par souci de privilégier d'autres missions estimées plus urgentes, ces derniers n'ont pas sanctionné les infractions qui leur étaient signalées par DNF.

Il a donc fallu demander à la justice de se prononcer sur un petit nombre d'infractions que l'association souhaitait pouvoir opposer aux contrevenants dans l'espoir d'obtenir, par démarche amiable, une mise en conformité de l'objet de l'infraction. Il aura fallu plus de dix ans de procédures pour que la Cour de cassation finisse par imposer une définition claire de ce qu'est une terrasse fermée et couverte et plus de 4 ans pour que la même Cour de cassation définisse les limites du délit d'infraction à la législation sur la propagande ou la publicité en faveur du tabac.

La loi Evin a eu 30 ans le 10 janvier 2021. Elle a transformé le paysage de la lutte contre le tabac, elle a permis des avancées exceptionnelles que beaucoup de pays nous envient, mais elle est maltraitée chaque jour par des tentatives de contournement, voir même quelquefois avec la complicité de qui a en charge d'en contrôler l'application. Les libertés individuelles de ceux qui font subir sont trop souvent privilégiées au détriment du bien-être et de la santé de ceux qui subissent. Souvent par intérêt, supposé mais pas réel, les employeurs et les responsables de lieux à usage collectif font preuve d'un laxisme excessif et déraisonnable.

Après « le tabac en France entre 2006 et 2009 » DNF vous présente une deuxième mouture de l'évolution des comportements et des détournements de la loi en France.

Souhaitons que les nombreux exemples développés dans cet opuscule puissent aider à mieux comprendre le mécanisme rusé et perfide qui, jour après jour, s'oppose aux avancées de la lutte contre ce poison qui tue prématurément un de ses consommateurs sur deux, ravage les familles des plus démunis et voudrait élever au rang de droit fondamental une pratique funeste qui « pourrit » le vivre-ensemble.

1 ■ Le texte de loi

1.a Qu'est devenu le volet tabac de la loi Evin ?

- 1. Les dispositions relatives au tabac n'ont pas été modifiées, elles ont été précisées
- 2. Depuis novembre 2006, le principe d'interdiction de fumer se comprend comme une interdiction totale

1.b Une loi ambitieuse aux promesses réalisées tardivement

- 1. En 1991, la loi Evin s'analyse comme un complément et un renforcement des principes existants depuis 1976, en avance sur son temps
- 2. La pleine réalisation de la loi Evin intervient après un virage à 180 degrés... 15 ans après sa promulgation

1.c La loi Evin n'est pas épargnée par l'adversité

- 1. La loi Evin est continuellement dans le viseur des parties trouvant des intérêts dans les ventes de tabac
- 2. L'interdiction de fumer, principe pionnier en 1991, est aujourd'hui confrontée à une nouvelle réalité

1.d Gérer l'offre et la demande ainsi que l'évolution des dispositions législatives

- 1. Pour lutter contre un produit de consommation, manier les leviers de l'offre et de la demande s'impose comme élément stratégique indispensable
- 2. L'évolution de la loi de 1991 est devenue une nécessité en 2021, mais doit impérativement éviter d'ouvrir la boîte de Pandore

1.a

Retour sur les 30 ans

d'existence de la loi Evin

Qu'est devenu le volet tabac de la loi Evin ?

Par juxtaposition du texte d'origine avec le texte contemporain, les divergences entre les dispositions contemporaines et les dispositions originelles sont clairement identifiables. La question qui se pose est celle de la signification de ces changements. La loi Evin était-elle trop imparfaite et méritait-elle d'être améliorée ou au contraire, a-t-elle été dénaturée ?

MISE EN ÉVIDENCE DES MODIFICATIONS APPORTÉES AU TEXTE DE LOI DE 1991, CES 30 DERNIÈRES ANNÉES

Art. 352 ► CSP L3512-4 modifié par Ordonnance n°2016-623 du 19 mai 2016 - art. 1

« La propagande ou la publicité, directe ou indirecte, en faveur du tabac, des produits du tabac, des ingrédients définis à l'article L.3512-2, ainsi que toute distribution gratuite ou vente d'un produit du tabac à un prix inférieur à celui qui a été homologué conformément à l'article 572 du code général des impôts sont interdites.

Ces dispositions ne s'appliquent pas aux enseignes des débits de tabac, à condition que ces enseignes soient conformes à des caractéristiques définies par arrêté interministériel.

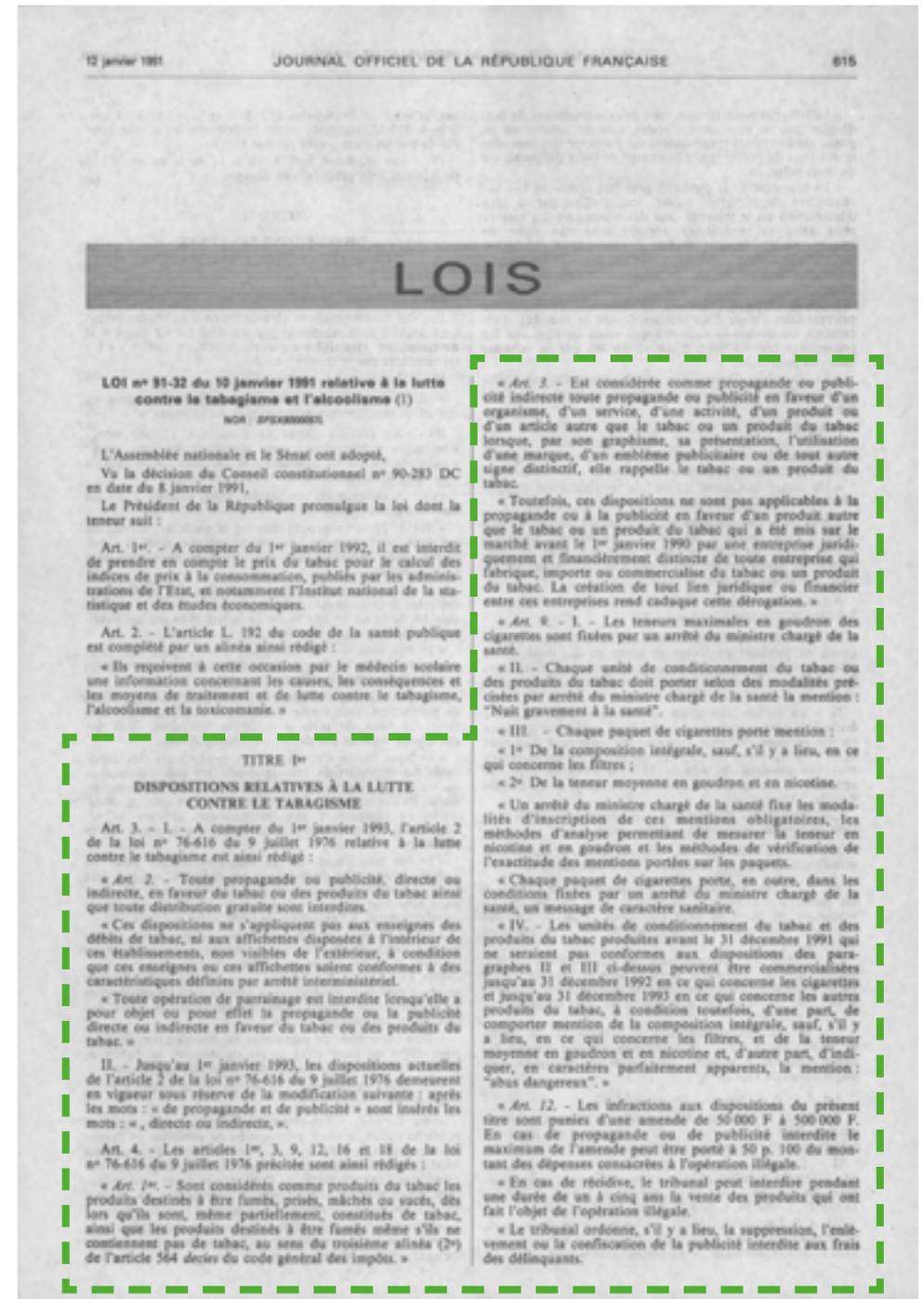
Elles ne s'appliquent pas non plus :

1. Aux publications et services de communication en ligne édités par les organisations professionnelles de producteurs, fabricants et distributeurs des produits du tabac, réservés à leurs adhérents, ni aux publications professionnelles spécialisées dont la liste est établie par arrêté signé par les ministres chargés de la santé et de la communication, ni aux services de communication en ligne édités à titre professionnel qui ne sont accessibles qu'aux professionnels de la production, de la fabrication et de la distribution des produits du tabac ;

2. Aux publications imprimées et éditées et aux services de communication en ligne mis à disposition du public par des personnes établies dans un pays n'appartenant pas à l'Union européenne ou à l'Espace économique européen, lorsque ces publications et services de communication en ligne ne sont pas principalement destinés au marché communautaire.

Toute opération de parrainage ou de mécénat est interdite lorsqu'elle est effectuée par les fabricants, les importateurs ou les distributeurs de produits du tabac ou lorsqu'elle a pour objet ou pour effet la propagande ou la publicité directe ou indirecte en faveur du tabac, des produits du tabac et des ingrédients définis à l'article L.3512-2.

■ : texte rajouté au fil du temps



Art. 452 ▶ **CSP L. 3512-1 Modifié par Ordonnance n°2006-596 du 23 mai 2006 - art. 5 JORF 25 mai 2006**

« Sont considérés comme produits du tabac les produits pouvant être consommés et composés, même partiellement, de tabac, qu'il soit ou non génétiquement modifié. Les produits du tabac comprennent les cigarettes, le tabac à rouler, le tabac à pipe, le tabac à pipe à eau, les cigares, les cigarillos, le tabac à mâcher, le tabac à priser et le tabac à usage oral.

Sont également des produits du tabac au sens du premier alinéa, les nouveaux produits du tabac qui sont les produits autres que ceux mentionnés au deuxième alinéa et qui sont mis sur le marché après le 19 mai 2014. »

Art. 453 et 4 ▶ **CSP L. 3512-5, L. 3512-6, L. 3512-7**

« Est considérée comme propagande ou publicité indirecte la propagande ou la publicité en faveur d'un organisme, d'un service, d'une activité, d'un produit ou d'un article autre que le tabac, un produit du tabac ou un ingrédient défini à l'article L. 3512-2 lorsque, par son graphisme, sa présentation, l'utilisation d'une marque, d'un emblème publicitaire ou un autre signe distinctif, elle rappelle le tabac, un produit du tabac ou un ingrédient défini à l'article L. 3512-2.

Toutefois, ces dispositions ne sont pas applicables à la propagande ou à la publicité en faveur d'un produit autre que le tabac, un produit du tabac ou un ingrédient défini à l'article L. 3512-2 qui a été mis sur le marché avant le 1er janvier 1990 par une entreprise juridiquement et financièrement distincte de toute entreprise qui fabrique, importe ou commercialise du tabac un produit du tabac ou un ingrédient défini à l'article L. 3512-2. La création d'un lien juridique ou financier entre ces entreprises rend caduque cette dérogation. »

Art. 455 ▶ **CSP L. 3512-15 Modifié par Ordonnance n°2016-1812 du 22 décembre 2016 - art. 7**

« I. Sont interdites la vente, la distribution ou l'offre à titre gratuit de cigarettes dont les teneurs maximales en goudron, en nicotine et en monoxyde de carbone des émissions sont supérieures à des teneurs fixées par arrêté du ministre chargé de la santé.

II. Cet arrêté fixe en outre :

1. Les méthodes d'analyse permettant de mesurer la teneur en goudron, en nicotine et en monoxyde de carbone des cigarettes ;

2. Les méthodes de vérification de l'exactitude des teneurs déclarées.

III. Les mesures des émissions mentionnées au I sont vérifiées par des laboratoires agréés par le ministre chargé de la santé, sur avis d'un établissement public, désigné par arrêté du même ministre, qui évalue et contrôle les éléments relevant de son champ de compétence. Ces laboratoires n'appartiennent pas à l'industrie du tabac et ne sont pas contrôlés, directement ou indirectement, par celle-ci.

Un décret prévoit les conditions d'agrément et de contrôle des laboratoires mentionnés ci-dessus. »

L. 3512-6 :

La retransmission des compétitions de sport mécanique, contenant de la publicité directe ou indirecte en faveur des produits mentionnés à l'article L. 3512-5 et qui se déroulent dans des pays où la publicité pour le tabac est autorisée, peut être assurée par les chaînes de télévision.

L. 3512-7 :

I. Les fabricants, les importateurs et les distributeurs de produits du tabac ainsi que les entreprises, les organisations professionnelles ou les associations les représentant adressent

chaque année au ministre chargé de la santé un rapport détaillant l'ensemble des dépenses liées à des activités d'influence ou de représentation d'intérêts.

II. Sont considérées comme des dépenses liées à des activités d'influence ou de représentation d'intérêts :

1. Les rémunérations de personnels employés en totalité ou en partie pour exercer des activités d'influence ou de représentation d'intérêts ;

2. Les achats de prestations auprès de sociétés de conseil en activités d'influence ou de représentation d'intérêts ;

3. Les avantages en nature ou en espèces, sous quelque forme que ce soit, d'une façon directe ou indirecte, dont la valeur dépasse 10 euros, procurés à :

a. Des membres du Gouvernement ;
b. Des membres des cabinets ministériels ou à des collaborateurs du Président de la République ;

c. Des collaborateurs du Président de l'Assemblée nationale ou du Président du Sénat ;

d. Des parlementaires ;

e. Des personnes chargées d'une mission de service public que leur mission ou la nature de leur fonction appelle à prendre ou à préparer les décisions et les avis des autorités publiques relatifs aux produits du tabac ;

f. Des experts, personnes physiques ou morales, chargés, par convention avec une personne publique, d'une mission de conseil pour le compte d'une personne publique qui a pour mission de prendre ou de préparer les décisions et les avis des autorités publiques relatifs aux produits du tabac.

III. Le rapport mentionné au I indique, pour chaque entreprise tenue de l'établir :

1. Le montant total des rémunérations mentionnées au 1° du II et le nombre des personnes concernées ;

2. Le montant total et l'identité des bénéficiaires des dépenses mentionnées au 2° du II ;

3. La nature et l'identité du bénéficiaire de chaque dépense mentionnée au 3° du II.

Art. 456 Modifié par Ordonnance n°2016-1812 du 22 décembre 2016 - art. 7 ; Modifié par Décision n°401536 du 10 mai 2017 - art., v. init.

« I. Les unités de conditionnement et les emballages extérieurs portent, dans les conditions fixées par un arrêté du ministre chargé de la santé :

1. Pour les produits du tabac à fumer :

a. Un avertissement sanitaire apposé deux fois, comportant notamment les informations relatives au sevrage tabagique, combiné avec une photographie ;

b. Un avertissement général. Ce message est apposé deux fois lorsque ces produits sont conditionnés dans des boîtes pliantes à couvercle basculant ;

c. Un message d'information.

2. Pour les produits du tabac sans combustion, un avertissement sanitaire apposé deux fois.

II. Les unités de conditionnement du papier à rouler les cigarettes portent, dans les conditions fixées par un arrêté du ministre chargé de la santé, un avertissement général et un avertissement comportant notamment les informations relatives au sevrage tabagique.

« Le tribunal peut, compte tenu des circonstances de fait, décider que les personnes morales, sont en totalité ou en partie solidairement responsables du paiement des amendes et des frais de justice mis à la charge de leurs dirigeants ou de leurs préposés.

« La cessation de la publicité peut être ordonnée soit sur réquisition du ministre public, soit d'office par le juge d'instruction ou le tribunal saisi des poursuites. La mesure ainsi prise est exécutoire nonobstant toutes voies de recours. Mainlevée peut en être donnée par la juridiction qui l'a ordonnée ou qui est saisie du dossier. La mesure cesse d'avoir effet en cas de décision de non-lieu ou de relaxe.

« Les décisions statuant sur les demandes de mainlevée peuvent faire l'objet d'un recours devant la chambre d'accusation ou devant la cour d'appel selon qu'elles ont été prononcées par un juge d'instruction ou par le tribunal saisi des poursuites.

« La chambre d'accusation ou la cour d'appel statue dans un délai de dix jours à compter de la réception des pièces. »

« Art. 15. - Il est interdit de fumer dans les lieux affectés à un usage collectif, notamment scolaire, et dans les moyens de transport collectif, sauf dans les emplacements expressément réservés aux fumeurs.

« Un décret en Conseil d'Etat fixe les conditions d'application de l'alinéa précédent. »

« Art. 18. - Les associations dont l'objet statutaire comporte la lutte contre le tabagisme, régulièrement déclarées depuis au moins cinq ans à la date des faits, peuvent exercer les droits reconnus à la partie civile pour les infractions aux dispositions de la présente loi. »

Art. 5. - Les articles 13 à 15 de la loi n° 76-616 du 9 juillet 1976 précitée sont abrogés.

Art. 6. - I. - Jusqu'au 31 décembre 1992, toute propagande ou publicité en faveur du tabac ou des produits du tabac est assortie d'un message de caractère sanitaire dans les conditions fixées par un arrêté du ministre chargé de la santé.

II. - La surface consacrée annuellement dans la presse écrite à la propagande ou à la publicité en faveur du tabac ou des produits du tabac sera en 1991 inférieure d'un tiers et en 1992 des deux tiers à celle qui leur a été consacrée en moyenne pendant les années 1974 et 1975. Il sera fait application, à cette fin, de l'article 8 de la loi n° 76-616 du 9 juillet 1976 précitée.

Ces dispositions s'appliquent aux contrats en cours à la date de promulgation de la présente loi.

Art. 7. - Le Gouvernement fixe par décret la date d'une manifestation annuelle intitulée : « Jour sans tabac ». »

Art. 8. - Toute infraction aux dispositions de l'article 6 est punie d'une amende de 25 000 F à 250 000 F. Le maximum de la peine peut être porté à 50 p. 100 des dépenses consacrées à la propagande ou à la publicité interdite.

Le tribunal peut, compte tenu des circonstances de fait, décider que les personnes morales sont en totalité ou en partie solidairement responsables du paiement des amendes et des frais de justice mis à la charge de leurs dirigeants ou de leurs préposés.

Les associations mentionnées à l'article 18 de la loi n° 76-616 du 9 juillet 1976 précitée peuvent exercer les droits reconnus à la partie civile pour les infractions aux dispositions de l'article 6.

Art. 9. - A compter du 1^{er} janvier 1993 :

I. - Il est créé au livre III du code de la santé publique un titre VIII ainsi intitulé : « Titre VIII. - Lutte contre le tabagisme » et comprenant les articles L. 355-24 à L. 355-32.

II. - Les articles 1^{er}, 2, 3, 6, 9, 12, 16, 17 et 18 de la loi n° 76-616 du 9 juillet 1976 précitée deviennent respectivement les articles L. 355-25, L. 355-26, L. 355-27, L. 355-28, L. 355-29, L. 355-30 et L. 355-31.

III. - A l'article L. 355-30, les mots : « du code de la santé publique » sont supprimés ; au premier alinéa de l'article L. 355-31, les mots : « du présent titre » sont remplacés

par les mots : « des articles L. 355-24 et L. 355-27 » ; à l'article L. 355-32, les mots : « de la présente loi » sont remplacés par les mots : « du présent titre ».

IV. - Les articles 4, 5, 7, 8, 10 et 11 de la loi n° 76-616 du 9 juillet 1976 précitée sont abrogés.

TITRE II

DISPOSITIONS RELATIVES À LA LUTTE CONTRE L'ALCOOLISME

Art. 10. - Le code des débits de boissons et des mesures contre l'alcoolisme est ainsi modifié :

I. - Au troisième alinéa (1^{er}) de l'article L. 1^{er}, les mots : « un degré » sont remplacés par les mots : « 1,2 degré » et au cinquième alinéa (2^e) du même article, le chiffre : « 1 » est remplacé par le chiffre : « 1,2 ».

II. - L'article L. 13 est ainsi rédigé :

« Art. L. 13. - La délivrance de boissons alcooliques au moyen de distributeurs automatiques est interdite. »

III. - Au premier alinéa de l'article L. 17, les mots : « messages publicitaires » sont remplacés par les mots : « publicité directe ou indirecte » et les mots : « un degré » sont remplacés par les mots : « 1,2 degré ».

IV. - A compter du 1^{er} janvier 1993, l'article L. 17 est ainsi rédigé :

« Art. L. 17. - La propagande ou la publicité, directe ou indirecte, en faveur des boissons alcooliques dont la fabrication et la vente ne sont pas interdites sont autorisées exclusivement :

« 1^o Dans la presse écrite à l'exclusion des publications destinées à la jeunesse, définies au premier alinéa de l'article 1^{er} de la loi n° 49-956 du 16 juillet 1949 sur les publications destinées à la jeunesse ;

« 2^o Par voie de radiodiffusion sonore pour les catégories de radios et dans les tranches horaires déterminées par décret en Conseil d'Etat ;

« 3^o Sous forme d'affiches et d'enseignes dans les zones de production, sous forme d'affichettes et d'objets à l'intérieur des lieux de vente à caractère spécialisé, dans des conditions définies par décret en Conseil d'Etat ;

« 4^o Sous forme d'envoi par les producteurs, les fabricants, les importateurs, les négociants, les concessionnaires ou les entrepreneurs, de messages, de circulaires commerciales, de catalogues et de brochures, dès lors que ces documents ne comportent que les mentions prévues à l'article L. 18 et les conditions de vente des produits qu'ils proposent ;

« 5^o Par inscription sur les véhicules utilisés pour les opérations normales de livraison des boissons, dès lors que cette inscription ne comporte que la désignation des produits ainsi que le nom et l'adresse du fabricant, des agents ou dépositaires, à l'exclusion de toute autre indication ;

« 6^o En faveur des fêtes et foires traditionnelles consacrées à des boissons alcooliques locales et à l'intérieur de celles-ci, dans des conditions définies par décret ;

« 7^o En faveur des musées, universités, confréries ou stages d'initiation oenologique à caractère traditionnel ainsi qu'en faveur de présentations, de dégustations, dans des conditions définies par décret.

« Toute opération de parrainage est interdite lorsqu'elle a pour objet ou pour effet la propagande ou la publicité, directe ou indirecte, en faveur des boissons alcooliques. »

V. - Après l'article L. 17, il est inséré un article L. 17-1 ainsi rédigé :

« Art. L. 17-1. - Est considérée comme propagande ou publicité indirecte toute propagande ou publicité en faveur d'un organisme, d'un service, d'une activité, d'un produit ou d'un article autre qu'une boisson alcoolique qui, par son graphisme, sa présentation, l'utilisation d'une dénomination, d'une marque, d'un emblème publicitaire ou de tout autre signe distinctif, rappelle une boisson alcoolique.

« Toutefois, ces dispositions ne sont pas applicables à la propagande ou à la publicité en faveur d'un produit autre qu'une boisson alcoolique qui a été mis sur le marché

Art. 4§ CSP L. 3515-3

I. Est punie de 100 000 euros d'amende :

1. Toute propagande ou publicité, directe ou indirecte, du tabac, d'un produit du tabac ou des ingrédients définis à l'article L.3512-1 en méconnaissance de l'interdiction prévue à l'article L.3512-4 ;

2. Le fait de retransmettre une compétition de sport mécanique contenant de la publicité directe ou indirecte pour le tabac et se déroulant dans un pays où la publicité pour le tabac est interdite, ainsi que la retransmission, par un moyen autre qu'une chaîne de télévision, d'une compétition de sport mécanique contenant de la publicité directe ou indirecte pour le tabac et se déroulant dans un pays où la publicité pour le tabac est autorisée, en méconnaissance des dispositions de l'article L.3512-6 ;

3. Le fait de vendre, distribuer ou offrir à titre gratuit des paquets de moins de vingt cigarettes, des paquets de plus de vingt cigarettes qui ne sont pas composés d'un nombre de cigarettes multiple de cinq, des contenants de moins de trente grammes de tabacs fine coupe destinés à rouler des cigarettes, ou des contenants de plus de trente grammes de tabacs fine coupe destinés à rouler des cigarettes, dont le poids en grammes n'est pas un multiple de cinq ; [modification valable à dater du 1ER JUILLET 2018] ;

4. Le fait de vendre, distribuer ou offrir à titre gratuit des cigarettes dont les teneurs en goudron, en nicotine et en monoxyde de carbone des émissions dépassent les teneurs maximales fixées dans les conditions du I de l'article L.3512-15 ;

5. Le fait de vendre, distribuer ou offrir à titre gratuit des cigarettes ou du tabac à rouler :

a. Aromatisés ayant une odeur ou un goût clairement identifiable avant ou pendant la

consommation, autre que ceux du tabac ;

b. Dont les filtres, le papier, les capsules, le conditionnement ou tout autre composant contiennent du tabac, de la nicotine ou des arômes ;

c. Contenant tout dispositif technique permettant de modifier l'odeur ou le goût des produits du tabac ou leur intensité de combustion ;

d. Contenant des vitamines ou d'autres additifs laissant entendre qu'un produit du tabac a des effets bénéfiques sur la santé ou que les risques qu'il présente pour la santé ont été réduits ;

e. Contenant de la caféine, de la taurine ou d'autres additifs et stimulants associés à l'énergie et à la vitalité ;

f. Contenant des additifs qui confèrent des propriétés colorantes aux émissions de fumée ;

g. Contenant des additifs qui facilitent l'inhalation ou l'absorption de nicotine ;

h. Contenant des additifs qui, sans combustion, ont des propriétés cancérigènes, mutagènes ou toxiques pour la reproduction humaine ;

i. Contenant des additifs dans des quantités qui augmentent, lors de la consommation, de manière significative ou mesurable, leurs effets toxiques ou l'effet de dépendance qu'ils engendrent.

6. Le fait de vendre, distribuer ou offrir à titre gratuit du papier et des filtres :

a. Contenant du tabac, de la nicotine ou des arômes ;

b. Contenant tout dispositif technique permettant de modifier leur odeur ou leur

goût ou l'intensité de la combustion de la cigarette ;

7. Le fait de vendre, distribuer ou offrir à titre gratuit des cigarettes, du tabac à rouler, du papier à cigarette et du papier à rouler les cigarettes en méconnaissance des dispositions de l'article L. 3512-20 imposant une neutralité et une uniformisation des unités de conditionnement, des emballages extérieurs et des suremballages.

8. Le fait d'utiliser sur l'étiquetage des unités de conditionnement, sur tout emballage extérieur, ainsi que sur les produits du tabac proprement dit, un message, un symbole, une marque, une dénomination commerciale, un signe figuratif ou tout autre élément ou dispositif qui :

a. Contribue à la promotion d'un produit du tabac ;

b. Ressemble à un produit alimentaire ou cosmétique ;

9. Le fait d'utiliser une marque ou une dénomination sur l'étiquetage des unités de conditionnement, sur tout emballage extérieur, ainsi que sur les produits du tabac proprement dit, en méconnaissance des dispositions de l'article L. 3512-21 du code de la santé publique ;

10. Le fait de vendre, distribuer ou offrir à titre gratuit des produits du tabac ou du papier à rouler les cigarettes dans des unités de conditionnement et des emballages extérieurs méconnaissent les obligations fixées en matière d'avertissements sanitaires prévues à l'article L. 3512-22 ;

11. Toute propagande ou publicité, directe ou indirecte, en faveur des produits du vapotage en méconnaissance de l'interdiction prévue à l'article L. 3513-4 ;

12. Le fait de vendre, distribuer ou offrir à titre gratuit des dispositifs électroniques de vapo-

tage jetables, des flacons de recharge ou des cartouches à usage unique contenant de la nicotine qui comportent les additifs suivants :

a. Des additifs créant l'impression que le produit a des effets bénéfiques sur la santé ou que les risques qu'il présente pour la santé ont été réduits ;

b. Des additifs et stimulants associés à l'énergie et à la vitalité ;

c. Des additifs qui confèrent des propriétés colorantes aux émissions ;

d. Des additifs qui facilitent l'inhalation ou l'absorption de nicotine ;

e. Des additifs qui, sans combustion, ont des propriétés cancérigènes, mutagènes ou toxiques pour la reproduction humaine.

13. Le fait de vendre, distribuer ou offrir à titre gratuit des produits du vapotage dont les teneurs en nicotine dépassent les teneurs maximales fixées dans les conditions du second alinéa de l'article L. 3513-8 ;

14. Le fait de vendre, distribuer ou offrir à titre gratuit des produits du vapotage contenant de la nicotine sans dispositif de sûreté ou dont le dispositif de sûreté méconnaît les dispositions de l'article L. 3513-9 ;

15. Le fait de vendre, distribuer ou offrir à titre gratuit un dispositif électronique de vapotage jetable dont le réservoir dépasse le volume maximal fixé dans les conditions de l'article L. 3513-15 ;

16. Le fait de vendre, distribuer ou offrir à titre gratuit des cartouches à usage unique dont le réservoir dépasse le volume maximal fixé dans les conditions de l'article L. 3513-15 ;

17. Le fait de vendre, distribuer ou offrir à titre gratuit un flacon de recharge contenant de la nicotine dont le volume maximal méconnaît les dispositions de l'article L. 3513-15 ;

18. Le fait de vendre, distribuer ou offrir à titre gratuit un produit du vapotage contenant de la nicotine dont l'unité de conditionnement ou l'emballage extérieur ne mentionne pas l'un ou plusieurs des éléments suivants :

a. La composition intégrale du liquide contenant de la nicotine ;

b. La teneur moyenne en nicotine et de la quantité diffusée par dose ;

c. Le numéro de lot ;

d. Une recommandation selon laquelle le produit doit être tenu hors de portée des enfants ;

e. Un avertissement sanitaire apposé deux fois ;

19. Le fait de vendre, distribuer ou offrir à titre gratuit un produit du vapotage contenant de la nicotine dont l'unité de conditionnement ne comprend pas la notice en méconnaissance des dispositions de l'article L. 3513-17 ;

20. Le fait d'utiliser, sur les unités de conditionnement ainsi que sur tout emballage extérieur de produits du vapotage contenant de la nicotine, un message, un symbole, une marque, une dénomination commerciale, un signe figuratif ou tout autre élément ou dispositif qui :

a. Contribue à la promotion des produits du vapotage ou incite à leur consommation en donnant une impression erronée quant aux caractéristiques, effets sur la santé, risques ou émissions du produit ;

b. Suggère que le produit est moins nocif que d'autres ou vise à réduire l'effet de certains composants nocifs de la fumée ou présente des propriétés vitalisantes, énergisantes, curatives, rajeunissantes, naturelles, biologiques ou a des effets bénéfiques sur la santé ou le mode de vie ;

c. Ressemble à un produit alimentaire ou cosmétique ;

d. Suggère que le produit est plus facilement biodégradable ou présente d'autres avantages pour l'environnement ;

e. Suggère un avantage économique au moyen de bons imprimés, d'offres de réduction, de distribution gratuite, de promotion de type " deux pour le prix d'un " ou d'autres offres similaires ;

21. Le fait d'utiliser, sur les unités de conditionnement ainsi que sur tout emballage extérieur de produits à fumer à base de plantes autres que le tabac, un message, un symbole, une marque, une dénomination commerciale, un signe figuratif ou tout autre élément ou dispositif qui :

a. Contribue à la promotion du produit ou incite à sa consommation en donnant une impression erronée quant aux caractéristiques, effets sur la santé, risques ou émissions du produit ; les étiquettes ne comprennent aucune information sur la teneur en nicotine, en goudron ou en monoxyde de carbone du produit ;

b. Suggère qu'un produit est moins nocif que d'autres ou vise à réduire l'effet de certains composants nocifs de la fumée ou présente des propriétés vitalisantes, énergisantes, curatives, rajeunissantes, naturelles, biologiques ou a des effets bénéfiques sur la santé ou le mode de vie ;

c. Indique que le produit est exempt d'additifs ou d'arômes ;

d. Ressemble à un produit alimentaire ou cosmétique ;

22. Le fait de vendre, distribuer ou offrir à titre gratuit un produit à fumer à base de plantes autres que le tabac dont l'unité de conditionnement et l'emballage extérieur mécon-

nait les dispositions de l'article L. 3514-4 sur l'avertissement sanitaire.

II. Pour les infractions pénales mentionnées au I, est encourue la peine complémentaire de confiscation de la chose qui a servi ou était destinée à commettre l'infraction ou de la chose qui en est le produit, en application de l'article 131-21 du code pénal.

III. La récidive est punie d'une amende de 200 000 euros. En cas de récidive, le tribunal peut, en outre, prononcer l'interdiction pendant une durée inférieure ou égale à cinq ans, de la vente des produits qui ont fait l'objet de l'opération illégale.

Le tribunal ordonne, s'il y a lieu, la suppression, l'enlèvement ou la confiscation de la publicité interdite aux frais des délinquants.

La cessation de la publicité peut être ordonnée soit sur réquisition du ministère public, soit d'office par le juge d'instruction ou le tribunal saisi des poursuites. La mesure ainsi prise est exécutoire nonobstant toutes voies de recours. Mainlevée peut en être donnée par la juridiction qui l'a ordonnée ou qui est saisie du dossier. La mesure cesse d'avoir effet en cas de décision de non-lieu ou de relaxe.

Les décisions statuant sur les demandes de mainlevée peuvent faire l'objet d'un recours devant la chambre de l'instruction ou devant la cour d'appel selon qu'elles ont été prononcées par un juge d'instruction ou par le tribunal saisi des poursuites.

La chambre de l'instruction ou la cour d'appel statue dans un délai de dix jours à compter de la réception des pièces.

Art 4§ ▶ CSP 3512-8

« Il est interdit de fumer dans les lieux affectés à un usage collectif, notamment scolaire, et dans les moyens de transport collectif, sauf

dans les emplacements expressément réservés aux fumeurs. »

Art. 4§22 ▶ CSP 3515-7

« Les associations dont l'objet statutaire comporte la lutte contre le tabagisme, régulièrement déclarées depuis au moins cinq ans à la date des faits, peuvent exercer les droits reconnus à la partie civile pour les infractions aux dispositions du présent titre.

Peuvent exercer les mêmes droits les associations de consommateurs mentionnées à l'article L. 421-1 du code de la consommation ainsi que les associations familiales mentionnées aux articles L. 211-1 et L. 211-2 du code de l'action sociale et des familles. »

Art. 7 ▶ CSP 3511-1 Modifié par Ordonnance n°2016-623 du 19 mai 2016 - art. 1

« Le Gouvernement fixe par décret la date d'une manifestation annuelle intitulée : « Jour sans tabac ». »

EN D'AUTRES TERMES

La loi n° 91-32 du 10 janvier 1991 relative à la lutte contre le tabagisme et l'alcoolisme, publiée au Journal officiel de la République Française du 12 janvier 1991 dite « loi Evin » contient, comme son intitulé l'indique, un premier volet portant sur la lutte contre le tabagisme et un second volet portant sur la lutte contre l'alcoolisme.

Bien que partie intégrante de la loi Evin, le volet relatif à l'alcool ne fera pas l'objet d'une analyse dans le cadre du présent rapport. Néanmoins, préciser que ce volet a considérablement été détricoté¹ en l'espace de 30 ans revêt ici toute son importance, dans le sens où il permet de relativiser les modifications apportées au volet relatif au tabac, mises en évidence au début de ce chapitre.

De manière très synthétique, ces modifications ont essentiellement porté sur l'évolution de la définition des produits du tabac, les éléments constitutifs de promotion, la composition et le conditionnement ainsi que sur la liste des actions sanctionnables en vertu de la loi considérée. En parallèle, force est de constater que le principe d'interdiction de fumer dans les lieux affectés à un usage collectif a survécu à l'épreuve du temps en restant identique en tout point au périmètre très réduit de son décret d'application du 29 mai 1992.

Au regard de ces éléments, le terme « précision » serait nettement plus approprié que celui de « modification » et laisse supposer trois choses :

Les dispositions introduites par la loi Evin sont, depuis 30 ans, tout à fait pertinentes en matière de lutte contre le tabac.

Ces dispositions n'ont jamais été remises en cause, elles ont simplement été étoffées pour répondre à un besoin particulier : celui de limiter les possibilités de contournement des principes légaux.

Les rares tentatives de "détricotage" ont été atténuées ou bloquées, grâce aux actions des associations et particulièrement de DNF, dans le cas :

- De "l'exception publicité" pour les retransmissions de compétitions de sports mécaniques.
- De la tentative d'introduction d'une "exception culturelle" pour la publicité portée par 205 députés.
- De l'introduction, à l'intérieur du "grenelle de l'environnement" et toujours pour la publicité, de la possibilité de voir apposer le logo d'un fabricant de cigarette sur des cendriers biodégradables.

En 2021, trente ans après sa promulgation, le contenu conservé de la loi Evin de 1991 traite donc toujours de :

○ **Fiscalité**, à travers l'interdiction de prise en compte du prix du tabac dans le calcul des indices de prix à la consommation.

○ **Information** à destination des jeunes et leur protection.

○ **Dénormalisation du tabac**, des produits du tabac ou encore des ingrédients du tabac, à travers les interdictions de publicité directe ou indirecte, de propagande, de parrainage, de mécénat et même de distribution gratuite ou vente à un prix inférieur à celui homologué.

○ **Conditionnement** du tabac et de ses produits et ingrédients.

○ **Protection** contre le tabagisme passif au moyen de l'interdiction de fumer dans les lieux affectés à usage collectif.

Si ce dernier principe se distinguait déjà par sa conservation totale et intacte depuis 1991, il convient de faire remarquer qu'il se distingue en outre par son absence d'explications au sein du texte législatif qui confie à un « décret en Conseil d'État » le détail de ses conditions d'application.

2. Le principe d'interdiction de fumer dans les lieux fermés et couverts prévu dans le décret de 1992 ne se comprend que depuis 2006 comme une interdiction totale si les établissements ne sont pas dotés d'un espace réservé aux fumeurs et clairement défini.

En 2021, le décret qui fixe les conditions d'application de l'interdiction de fumer dans les lieux affectés à un usage collectif est le décret n°2006-1386 du 15 novembre 2006, publié au Journal officiel de la République Française du 16 novembre 2006, plus communément appelé « décret Bertrand ». Ses dispositions sont entrées en vigueur le 1er février 2007² et figurent aujourd'hui dans le Code de la santé publique, à la section 1 du chapitre Ier au sein du Livre V.

LE PRINCIPE

Le décret Bertrand, dont l'objectif est de préciser l'étendue du principe d'interdiction de fumer posé par la loi Evin de 1991, fait de celle-ci une interdiction totale en l'absence d'un espace distinctement dédié aux fumeurs et clairement défini. Le caractère total de l'interdiction est motivé par le fléau sanitaire que représente l'exposition au tabagisme passif au sein de la population française.

En décembre 2019, un rapport de l'OMS³ précise que "Chaque année, le tabagisme est à l'origine de plus de 8 millions de décès, entraînant la mort d'environ un consommateur sur deux. Plus de 7 millions de ces décès sont dus à la consommation directe de produits du tabac, alors qu'environ 1,2 million résultent du tabagisme passif"

Le décret rappelle en outre la liste des lieux où l'interdiction de consommer des produits du tabac s'applique, à savoir :

- dans tous les lieux fermés et couverts qui accueillent du public ou qui constituent des lieux de travail ;
- dans les moyens de transport collectif ;
- dans les espaces non couverts des écoles, collèges et lycées publics et privés, ainsi que des établissements destinés à l'accueil, à la formation ou à l'hébergement des mineurs ;
- dans les aires collectives de jeux telles que définies par le décret n° 96-1136 du 18 décembre 1996 fixant les prescriptions de sécurité relatives aux aires collectives de jeux ;
- dans un véhicule en présence d'un enfant de moins de dix-huit ans.

Cette interdiction doit être matérialisée au moyen d'une signalisation apparente.

L'EXCEPTION

Dans les lieux où l'interdiction de fumer s'applique en vertu du décret Bertrand, le responsable a la possibilité de décider s'il souhaite créer un emplacement fumeur ou pas. Il s'agit là d'une possibilité et aucunement d'une obligation. Il est à rappeler que les employeurs ont une obligation de protection contre le tabagisme passif vis-à-vis de leurs salariés, que la Cour de Cassation a qualifiée d'obligation de résultat en 2015⁴. En tout état de cause, cette possibilité n'existe pas pour les établissements de santé et pour les établissements scolaires (écoles, collèges et lycées). La création de tels emplacements y est effectivement interdite.

Dans le cas des administrations, cette possibilité existe. Cependant, Christian Jacob, alors ministre de la Fonction publique, a invité les ministres et ministres délégués ainsi que les responsables des différents services administratifs à ne pas créer d'espaces fumeurs dans les locaux dont ils ont la responsabilité⁵.

Dans les autres cas où la création d'emplacements dédiés aux fumeurs est possible, ceux-ci doivent impérativement répondre aux normes précisées par le décret Bertrand, dont font aussi partie l'obligation d'entretien régulier et les précautions requises pour protéger les travailleurs et les mineurs de l'exposition au tabagisme passif.

i CONCRÈTEMENT : ces espaces sont clos, d'une superficie inférieure à 20% de la surface de l'établissement et dans tous les cas à moins de 35m², affichent un message sanitaire à l'entrée et sont équipés d'un système de ventilation régulièrement entretenu et dont l'efficacité est attestée soit par l'installateur soit par la personne responsable de la maintenance. La prestation de service y est interdite jusqu'à 1h après la fin d'utilisation de l'espace. Enfin, l'accès est formellement interdit aux mineurs.

Concernant la procédure de création de tels emplacements fumeurs dans les lieux où s'applique l'interdiction de fumer, il est précisé que le Comité d'hygiène, de sécurité et des conditions de travail (CHSCT) doit être consulté au préalable. S'il n'existe pas, alors la consultation s'effectue non seulement auprès des délégués du personnel mais aussi de la médecine du travail. Après création, il s'agit de consultations devant être renouvelées sur une base régulière de deux ans. L'intérêt de ces consultations ne se limite pas à la création d'une dérogation à l'interdiction de fumer ; elle s'étend à la mise en place d'un dialogue autour du tabagisme qui répond au besoin de rendre accessible l'information et la sensibilisation à la prévention ou à l'arrêt du tabac, à large échelle.

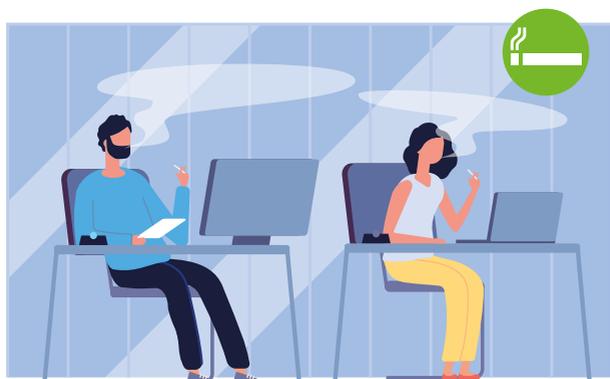
LES SANCTIONS

Fumer dans les lieux concernés par l'interdiction en l'absence d'espace fumeur est répréhensible, tout comme fumer en dehors de ces espaces lorsqu'ils existent :



**Le/la contrevenant(e)
s'expose à :**

une contravention
de troisième classe
qui s'élève à
68€



Le/la responsable d'établissement encourt :

une contravention
de quatrième classe qui s'élève à
135€

dans les hypothèses où :

- il/elle n'a pas mis en place la signalisation prévue à l'article R. 3512-7 ;
- il/elle a mis à la disposition de fumeurs un emplacement non conforme aux dispositions des articles R. 3512-3 et R. 3512-4.

Cette amende
est portée à
750€

par le fait d'avoir favorisé, sciemment, par quelque moyen que ce soit, la violation de l'interdiction.

La présentation de la loi Evin et de son contenu ayant été effectuée, il convient à présent de s'interroger sur ce qu'elle représente au regard des objectifs de santé publique de la France.

1.b

La loi Evin

Une loi ambitieuse aux promesses réalisées tardivement

D'un point de vue législatif et social, les mesures instaurées par la loi Evin de 1991 sont remarquables. Audacieuses à l'époque, le courage politique requis pour les implanter dans le cadre réglementaire français n'a pas toujours été au rendez-vous.

1.

En 1991, la loi Evin s'analyse comme un complément et un renforcement des principes existants depuis 1976, en avance sur son temps

S'il est aujourd'hui perçu comme anormal de fumer dans les lieux détaillés plus tôt dans ce rapport, ou encore de voir des publicités en faveur des produits du tabac, il n'en était rien il y a 30 ans. À cette époque, la cigarette s'invitait régulièrement sur les plateaux télévisés, dans les wagons de train, au comptoir des cafés et même au cinéma, au restaurant et globalement dans la plupart des lieux à usage collectif. Les dispositions de la loi Evin auront permis de changer la perception du tabac et d'en faire baisser la consommation, mais de manière plutôt hasardeuse.

REMISE EN CONTEXTE

En 1991, la loi dite Evin s'introduit dans le cadre législatif français afin de renforcer et de compléter les dispositions de la loi n°76-616 du 9 juillet 1976 relative à la lutte contre le tabagisme, dite « loi Veil », entrée en vigueur 15 années auparavant. Cette intervention était motivée par le constat d'une prévalence tabagique alarmante.

En 1986, fumeurs quotidiens de plus de 15 ans :⁶



En 2019, cette prévalence a chuté de 11 points, soit de 25% chez les hommes⁷.

Habitudes de consommation, en 1991, responsables de près de :

60000
décès prématurés
tous les ans

Ces chiffres justifiaient une nouvelle intervention du législateur dans la lutte contre le tabagisme. L'objectif était de permettre une meilleure marge de manœuvre des pouvoirs publics afin de lutter efficacement contre le tabagisme et les incitations au tabagisme, aujourd'hui encore première cause de mortalité évitable, devant l'alcoolisme.

Précédant la loi Evin, la loi Veil de 1976 prévoyait déjà des dispositions visant à interdire le parrainage et à réduire la publicité en faveur des produits du tabac. Elle introduisait également l'obligation d'apposition d'avertissements sanitaires sur les paquets de cigarette. La loi Evin conserve et renforce ces dispositions en interdisant totalement la publicité, la distribution, la publicité et la propagande et en renouvelant le message d'avertissement. Au-delà, la loi Evin complète la loi Veil avec l'introduction pour la toute première fois d'une interdiction globale de fumer dans certains type de lieux à usage collectif.

SIGNIFICATION

En 1991, l'introduction de cette interdiction novatrice positionne la France comme un acteur pionnier de la lutte contre le tabagisme. Aucun pays n'avait encore franchi le pas. Si, en 1992, l'interdiction de fumer dans les lieux clos et couverts à usage collectif ou constituant des lieux de travail représente une avancée remarquable pour la lutte contre le tabagisme, c'est avant tout parce qu'elle signe la reconnaissance, par l'Etat français, de la nocivité du tabagisme passif. En d'autres termes, la loi Evin est la toute première loi à prévoir des mesures destinées à réduire les risques mortels, liés à l'exposition passive au tabagisme. C'est une position diamétralement opposée aux messages alors délivrés par les industriels du tabac.

Une position qui, d'ailleurs, se donne les moyens de s'imposer comme le contre-poids de la communication des fabricants de produits du tabac. En supprimant les opportunités de promotion et en s'attaquant à l'image valorisante du tabac dans la société, la loi Evin s'octroie en effet le pouvoir de jouer sur la demande du produit et par-là, de dénormaliser le tabac dans la sphère publique. Il est à remarquer qu'une attention toute particulière est portée aux jeunes et principalement aux mineurs, dans un objectif de protection contre la portée des messages promotionnels et contre l'image sociale positive dont bénéficiaient les produits du tabac.

Du point de vue de l'industrie du tabac, l'adoption de mesures pensées pour réduire la consommation et donc les ventes de leurs produits, n'était déjà pas source de réjouissance. Elle ne l'était pas davantage au vu des votes par l'Assemblée nationale et le Sénat qui faisaient fi des clivages politiques et surtout, au vu du soutien de la part des citoyens. En réalité, cette avancée française laissait craindre que d'autres pays n'emboîtent le pas à la France, voire que d'autres mesures encore plus drastiques soient envisagées à l'avenir, en France ou ailleurs.

2. La pleine réalisation de la loi Evin intervient après un virage à 180 degrés... 15 ans après sa promulgation

En réalité, le décret Bertrand explicité plus tôt dans ce rapport n'est pas le premier décret d'application de la loi Evin. Un premier décret avait été adopté le 29 mai 1992 alors que Claude Evin n'était déjà plus Ministre de la santé. Le décret du 15 novembre 2006 a été adopté dans les mêmes conditions, car Xavier Bertrand était alors Ministre de la santé, à la différence qu'il est le résultat des travaux d'une mission parlementaire présidée par Claude Evin. Ces simples informations permettent déjà d'anticiper la réponse à la question : pourquoi deux décrets pour fixer les conditions d'application de l'interdiction de fumer ?

TOUT D'ABORD, UNE PREMIÈRE TRADUCTION DE LA MESURE GLOBALE LA RENDANT PARTIELLE

En 1992, le décret n°92-478, dit « décret Kouchner » prévoit bel et bien l'interdiction de fumer mais en réduit considérablement le périmètre.

En organisant des espaces affectés à la consommation de tabac à l'intérieur des lieux sans tabac sans aucune séparation et surtout sans prévoir de proportion entre ces espaces ; l'obligation de créer une extraction d'air n'a quasiment jamais été respectée et pouvait difficilement l'être car les espaces dédiés à la consommation de tabac étaient « éventuellement modulables ».

D'un point de vue réaliste, un non-fumeur n'était donc pas protégé avant le décret Bertrand alors que le principe de protection était inscrit dans la loi Evin. Cette traduction du principe d'interdiction, en contradiction avec l'esprit de la loi n'est pas sans conséquence.

Elle a eu pour effet, jusqu'en 2007, de permettre aux responsables de lieux d'inverser la logique du principe qui était censé faire de la consommation de tabac, la règle, et de l'espace non-fumeur, l'exception. Si dans la majorité des lieux concernés par le décret Bertrand, l'interdiction est désormais respectée, c'est souvent à contrecœur dans les lieux dits de convivialité et la primauté du principe de liberté individuelle de fumer a presque toujours été opposée par les juges pour les terrasses fermées et couvertes jusqu'à ce qu'en 2013, à la demande de DNF, la Cour de cassation définisse clairement ces espaces.

Il en va de même pour la protection contre les nuisances tabagiques de voisinage à domicile ou dans les espaces découverts (terrasses, abribus, sortie d'école, files d'attente, gradins de stade, etc.) qui n'est pas concernée par la loi Evin mais qui est réclamée par plus de 70% de la population.

Dans un entretien accordé à la journaliste Marion Guérin pour le magazine Pourquoi Docteur⁸ en 2017, Claude Evin confiait que pour le décret de 1992, il interprétait « le choix de Bernard Kouchner comme un manque de courage » face à la pression subie de la part des parties ayant des intérêts liés à la consommation de tabac. Une opinion qui témoigne du potentiel qu'aurait dû avoir la loi Evin en matière de lutte contre le tabagisme.

” J’ai profondément regretté le choix de Bernard Kouchner, que j’interprète comme un manque de courage. Oui, quand on prend des dispositions qui freinent les intérêts de certains, il y a un peu de pression...”

ENSUITE, UN NOUVEAU TEXTE DANS LA CONTINUITÉ DE L'ESPRIT DE LA LOI

Le 1er février 2007, 15 ans après l'entrée en vigueur du décret Kouchner, le décret Bertrand renverse la situation en faisant de l'interdiction de fumer, la règle, conformément aux dispositions législatives et fait des espaces fumeurs, une exception, de surcroît, facultative. S'il a fallu attendre 15 ans pour oser promulguer des dispositions protectrices contre la nocivité du tabagisme passif, il aura fallu attendre 15 années supplémentaires pour les concrétiser, en respectant la volonté politique initiale, et ainsi réellement protéger. La dernière traduction prévoit en effet une interdiction totale de fumer en l'absence d'espaces dédiés aux fumeurs, dont les caractéristiques permettent bien de répondre à l'objectif sanitaire de la loi Evin.

En 2021, le décret applicable est toujours le décret Bertrand, aujourd'hui introduit dans le Code de la santé publique. Cela suggère notamment que le principe d'interdiction de fumer dans les lieux clos et couverts à usage collectif, instauré 30 ans plus tôt par la loi Evin, est viable. Plus précisément encore, il a même été rappelé et conforté en cours de route. Pour mémoire, en 2006, 85% des Français avaient plébiscité cette mesure⁹.

Quelques questions restent cependant encore en suspens et notamment celle relative aux conséquences de l'application du décret Kouchner entre 1992 et 2007 sur la compréhension et sur le respect de la législation voire même, sur les habitudes comportementales des Français. Ces deux points feront l'objet d'une attention particulière au sein des chapitres deux et trois du présent rapport. Avant cela, il convient encore de faire la lumière sur les obstacles auxquels est confrontée la loi Evin en 2021 et les solutions envisageables pour y faire face.

1.C

En dépit d'une assise certaine
dans le paysage législatif
et réglementaire français

la loi Evin n'est pas épargnée par l'adversité

Qu'il s'agisse de difficultés liées à des intérêts opposés ou de difficultés dues aux changements inévitables apportés par le temps qui passe, la législation et la réglementation en vigueur en France sont confrontées à des menaces toutes aussi diverses que nombreuses.

1. La loi Evin, en tant que législation visant à réduire la consommation de tabac en France, est continuellement dans le viseur des parties trouvant des intérêts dans les ventes de tabac

Discrédit et contournement sont les deux principaux défis auxquels sont confrontés les dispositions de lutte contre le tabagisme, de la part des acteurs redoutant la réduction de la prévalence tabagique.

COMMENT DISCRÉDITER LA LOI

La loi Evin et au-delà, son second décret d'application, ont indéniablement obtenu ce que peu de législations et de réglementations obtiennent : le dépassement des clivages politiques en plus du soutien de l'opinion publique. Autant dire qu'il s'agissait là de facteurs véritablement annonciateurs de succès pour les objectifs de santé publique. D'un autre point de vue, et spécialement du point de vue de l'industrie du tabac qui n'existe que parce que la consommation de tabac existe, ces mêmes facteurs étaient davantage annonciateurs de pertes de bénéfices. Très tôt, cette industrie s'est attachée à contester les mesures destinées à contrôler le tabac, sur plusieurs pans.

Légalement, le Conseil constitutionnel a été saisi pour juger de la conformité de la loi Evin du 10 janvier 1991 avec la Constitution française du 4 octobre 1958. Les motifs alors avancés étaient une prétendue rupture d'égalité et une prétendue méconnaissance de la part du législateur de « l'étendue de sa propre compétence »¹⁰. Le 8 janvier 1991, le Conseil constitutionnel dans sa décision n°90-283 a prononcé une conformité partielle, avec pour conséquence la suppression d'un article 12 du volet relatif à la lutte contre l'alcoolisme. À l'exception de cet article, l'autorité compétente pour juger de la conformité d'une législation, au regard du bloc constitutionnel de la Cinquième République, a entièrement validé le contenu de la loi Evin. On ne compte plus les recours formés par des particuliers ou des groupements à l'encontre du décret Bertrand que le Conseil d'État a rejetés.

Socialement, l'enjeu portait principalement sur la perte du soutien de l'opinion publique. Dans cette perspective, la défense des libertés fondamentales a été instrumentalisée. Le message alors diffusé par les industriels portait sur le caractère liberticide des mesures de lutte contre le tabagisme et par extension, sur les motivations liberticides des acteurs de santé publique, autorités comme société civile. Si ces mêmes acteurs, en 2021 - qui ont pour double objectif de prévenir le tabagisme et d'aider au sevrage tabagique pour réduire les drames humains évitables liés aux conséquences du tabac - sont majoritairement perçus comme des « mora-

lisateurs » qui se mêlent de ce qui ne les regarde pas, il est à en déduire que le message distillé par l'industrie du tabac est resté constant ces trente dernières années.

Economiquement, il s'agissait surtout pour l'industrie du tabac, d'utiliser la sécurité de l'emploi comme première approche pour s'entourer d'alliés, l'union faisant la force. La législation de 1991 sévissant sur l'interdiction de publicité en faveur des produits du tabac, dont bénéficiaient alors de nombreux secteurs d'activité à l'exemple de la presse, la stratégie déployée consistait à allier ces mêmes secteurs à l'opposition contre les mesures de lutte contre le tabagisme. Ainsi, en 1991, la presse relayait les accusations d'atteintes aux libertés individuelles développées par les industriels. Concernant l'interdiction de fumer, c'est notamment le secteur de l'hôtellerie ainsi que celui de la restauration qui ont été approchés par les lobbyistes de l'industrie du tabac, qui ayant notamment obtenu l'octroi d'une période supplémentaire de préparation à l'entrée en vigueur du décret Bertrand de 2006, ont utilisé cette période pour faire porter par ces professions une contestation quotidienne du décret.

Dans ce flot d'arguments tout aussi divers que nombreux, que croire ?

Plusieurs acteurs de santé publique s'attachent aujourd'hui à fournir des éléments de réponse en décryptant les stratégies de lobbying et de marketing de l'industrie du tabac afin de prémunir et d'armer le grand public contre ses stratégies visant toutes à sécuriser les profits par la consommation. Avant d'aborder ces stratégies de marketing, un dernier point mérite d'être exposé ici :

En 2003, l'analyse¹¹ de 97 études portant sur les répercussions économiques des mesures antitabac sur l'activité des secteurs de l'hôtellerie-restauration montrait que seules 21 d'entre elles étaient scientifiquement rigoureuses et non financées par l'industrie du tabac. De surcroît, celles-ci s'accordaient toutes sur le fait que la corrélation entre les mesures de lutte contre le tabagisme et les pertes économiques pour les lieux dits de convivialité n'avait jamais été établie de manière scientifiquement rigoureuse.

UNE LOI CONTOURNÉE

La comparaison des moyens de communication disponibles en 1991 avec ceux de 2021 laisse apparaître un fossé important. Il est donc tout à fait compréhensible qu'une loi datant de 1991, soit avant l'ère numérique, n'ait pas anticipé tous les cas de figures permettant la promotion des produits du tabac et contienne désormais certaines lacunes. Pour les industriels du tabac commercialisant un produit, le marketing est un outil précieux pour attirer les consommateurs. Sans restriction, le marketing s'adapte aux segments de consommateurs et attire de manière ciblée.

Ces lacunes de la loi de 1991 représentent donc des failles dans lesquelles les industriels peuvent s'engouffrer pour pouvoir déployer leurs stratégies de marketing et par-là, contourner le principe d'interdiction totale de publicité posé par la loi Evin. En exploitant ces failles, les industriels retrouvent une possibilité que le législateur a tenté d'exclure depuis 1976 avec l'interdiction de publicité puis avec l'apposition de messages sanitaires, avec des exigences de conditionnement et finalement avec la mise en place du paquet neutre.

En 2018, une enquête réalisée conjointement par l'association américaine Campaign for Tobacco-Free Kids et l'entreprise Netnografica LLC faisait la lumière sur les nouveaux moyens de communication employés par les industriels du tabac pour promouvoir leurs produits sur les réseaux sociaux¹². Ainsi, les quatre géants de l'industrie du tabac, à savoir Philip Morris International, British American Tobacco, Japan Tobacco International et Imperial Brands, s'emploient à utiliser des « influenceurs » qu'ils rémunèrent pour normaliser l'acte de fumer. Or les influenceurs étant surtout populaires auprès des jeunes et tout particulièrement des adolescents, il n'est pas difficile de comprendre que les quatre géants du tabac veulent ainsi cibler les jeunes avec une stratégie de marketing au plus près des dernières tendances parmi ce segment de consommateurs. Dans les chiffres, il s'agit de plus d'une centaine de campagnes publicitaires, ce qui, de fait, élimine toute supposition de maladresse et renforce le caractère intentionnel de promotion des produits auprès des jeunes.

En 2021, la promotion du tabac n'est plus entre deux articles de journaux, elle se retrouve entre deux publications sur les réseaux sociaux. Elle n'est plus non plus directement liée aux fabricants, elle passe par une multitude d'acteurs à l'instar des influenceurs et de leurs agences de communication. Même, elle n'est plus franche, ses slogans publicitaires sont devenus plus subtils pour passer entre les radars des autorités. Ainsi, au moyen de hashtags n'ayant a priori rien à voir avec les univers du tabac et de la publicité, c'est toute la nouvelle stratégie de marketing ciblant les jeunes qui passe inaperçue. En 2021, la promotion du tabac, de ses produits et ingrédients est dissimulée et par conséquent, plus difficilement répréhensible légalement.

2. L'interdiction de fumer, principe pionnier en 1991, est aujourd'hui confrontée à une nouvelle réalité

La société française contemporaine est différente de la société française de 1991, à bien des égards.

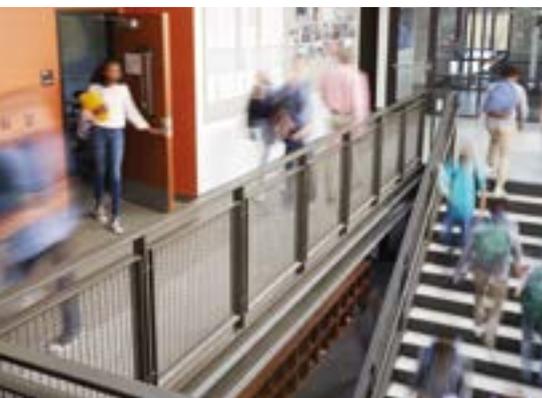
La réalité dans laquelle les dispositions légales de la loi Evin ont été introduites diffère donc de la réalité de 2021.

Les nouvelles priorités ou encore les nouvelles lacunes s'imposent également comme des défis à la pleine réalisation des objectifs sanitaires de la loi.

TERRORISME ET TABAGISME : L'ARTICULATION ENTRE LES ENJEUX DE SÉCURITÉ ET DE SANTÉ PUBLIQUE

Depuis le début de l'année 2015 et jusqu'à ce jour encore, la vigilance de la France face à la menace terroriste est à son comble. Dans ce cadre, des mesures gouvernementales sont régulièrement instaurées et adaptées pour garantir la sécurité de la population civile et du territoire national. Dans ce contexte, ce ne sont pas tant les fouilles diverses d'objets personnels qui mettent à mal le principe d'interdiction de fumer posé par la loi Evin, mais dans une certaine mesure, les recommandations visant à éviter les regroupements en extérieur.

En 2016, l'Association nationale de prévention en alcoologie et addictologie (ANPAA) décryptait avec clarté les éléments du débat « terrorisme et tabagisme dans les lycées »¹³, à l'occasion de la publication par Najet Vallaud-Belkacem, alors Ministre de l'Education nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, des consignes de sécurité applicables dans les établissements scolaires dès la rentrée 2016. Se posait alors le problème des pauses cigarettes dans les lycées car, ne pouvant pas fumer dans l'enceinte des établissements en raison de l'interdiction totale de fumer qui s'y applique, les élèves se réunissent communément aux abords de leur établissement.



Or, dans un contexte de risque terroriste, ces groupes d'élèves réunis en extérieur représentaient des cibles potentielles. Une demande de dérogation à l'interdiction de fumer avait été formulée voire dans certains cas, instaurée, pour éviter que les élèves sortent de l'enceinte des établissements au moment des temps de pause. Quand bien même cette position se justifie avec des arguments légitimes de type sécuritaire, le fait est qu'elle implique nécessairement d'exposer des enfants aux dangers mortels du tabagisme passif.

Dans ces conditions, que privilégier : la sécurité ou la santé ?

Face à une circulaire ministérielle qui donnait autorité aux proviseurs pour décider et à la commission de plusieurs infractions, DNF, accompagnée du CNCT a saisi le tribunal administratif de Cergy-Pontoise qui a rappelé le principe de l'interdiction dans la décision n° 1602839, rendue le 28 juillet 2016. Il a en effet annulé la décision du 18 janvier 2016 prise illégalement par le proviseur du Lycée Paul Lapie de Courbevoie, qui instituait une zone fumeur dans son établissement.

Dans ces circonstances, Najet Vallaud-Belkacem et Marisol Touraine, alors Ministre des affaires sociales et de la santé ont confirmé conjointement le maintien de l'application de l'interdiction totale de fumer dans les établissements scolaires ainsi que l'impossibilité d'y créer des zones fumeur. Sans en amoindrir pour autant la nécessité de vigilance, cette décision rappelle que les enjeux de santé publique ne disparaissent pas ou n'en sont pas moins préoccupants si d'autres priorités nationales s'ajoutent à l'ordre du jour.

En 2020, ce même débat est réapparu dans la sphère publique en raison de la commission de nouveaux attentats sur le territoire français.

La création d'espaces dédiés aux fumeurs dans les établissements et notamment dans les lycées a fait l'objet de plusieurs signalements. Dans le cadre de ce rapport, il convient de rappeler l'importance de l'interdiction de fumer au regard des enjeux de santé publique liés au tabagisme. La consommation de tabac tue encore 75 000 personnes en France chaque année, soit 205 chaque jour. Banaliser la consommation de tabac en l'autorisant dans les lycées, c'est conforter le choix de centaines de milliers d'étudiants de rentrer dans le tabagisme, et l'on sait que ce choix tuera prématurément la moitié de ceux qui adopteront durablement cette pratique.

« LIEUX CLOS ET COUVERTS ACCESSIBLES AU PUBLIC » NE COUVRE NI LES LIEUX EXTÉRIEURS, NI LES LIEUX À USAGE PRIVATIF.

Dans le texte législatif mais également dans son décret d'application, l'interdiction de fumer est, de manière cumulative, conditionnée à trois caractéristiques. Elle ne porte effectivement que sur les lieux clos et couverts accueillant du public, excluant par définition les autres lieux, comme les lieux ouverts ou encore les lieux à usage privatif.

Lieux ouverts accessibles au public

Concernant les lieux ouverts, la France, sous l'impulsion de la société civile et notamment de la Ligue contre le cancer, accueille désormais sur son sol des espaces labellisés « espaces sans tabac » ou encore « plages sans tabac »¹⁴. Il s'agit d'espaces extérieurs – donc ouverts ou découverts – normalement non soumis à l'interdiction de fumer, où la consommation est pourtant interdite et ce, par arrêté municipal. Cette initiative, pour laquelle société civile et municipalités travaillent en partenariat, répond à plusieurs besoins d'ordres sanitaires et environnementaux, tels que :

- la réduction de l'exposition au tabagisme passif ;
- la dénormalisation du tabac en société ;
- la prévention de l'initiation au tabagisme ;
- la prévention des rechutes des anciens fumeurs ;
- la réduction de la pollution tabagique ;
- la protection de l'environnement ;
- la réduction des risques d'incendie ;
- l'entrave à l'instrumentalisation des loisirs par l'industrie du tabac..

Éliminer la vue de la cigarette dans tous les lieux à usage collectif est une mesure destinée à restreindre la présence de la cigarette dans le quotidien des jeunes et des anciens fumeurs notamment, pour qui tout l'enjeu est d'éviter l'initiation à la cigarette ou sa reprise. L'objectif est d'éliminer toute tentation, surtout dans les espaces dédiés à la détente et à la convivialité que représentent ici les parcs et les plages publics. Ce faisant, l'exposition au tabagisme s'en retrouve également réduite dans l'espace public. Au-delà, c'est même l'environnement qui est sauvegardé car interdire la consommation de tabac est très logiquement lié à la réduction des déchets du tabac tels que les cendres, les mégots ou encore les contenants de produit vides. En France, la quantité estimée de mégots jetés au sol chaque année se situe entre 20 000 et 25 000 tonnes¹⁵. Au-delà des coûts pour la collectivité qu'implique le ramassage de mégots, le fait qu'il s'agisse de déchets non seulement physiques mais aussi chimiques qui impactent négativement faune et flore est une réelle source de préoccupation.

Force est de constater qu'en se limitant aux espaces clos et couverts, la législation et la réglementation relatives à la lutte contre le tabagisme dont est actuellement dotée la France ne permettent pas, en 2021, de lutter efficacement contre le tabagisme dans toutes ses dimensions.

Lieux clos et couverts à usage privatif

Le même constat peut être dressé par rapport aux lieux à usage privatif que sont par exemple les logements, les balcons ou les jardins privés.

Moins connu du grand public mais pourtant pas des moindres, la problématique de la pollution tabagique de voisinage est bien réelle pour des millions de Français. Depuis 2004, l'association DNF propose un module de questions/réponses sur son site internet¹⁶ qui permet à quiconque ayant une problématique liée au tabac d'être conseillé sur les démarches qu'il est possible d'entreprendre, particulier comme professionnel, fumeur comme non-fumeur.

La prépondérance des questions liées à des problèmes entre voisins d'exposition au tabagisme dans les lieux d'habitation était déjà remarquable. Elle se démarque nettement en 2021 par une très forte accélération depuis le début de l'année 2020, en corrélation avec les confinements successifs et le développement soudain du télétravail qui ont apporté au domicile un tabagisme jusqu'alors présent dans les entreprises où il est réglementé.



Au domicile, l'interdiction de fumer n'existe pas, même en présence de mineurs ou de personnes vulnérables. La protection contre l'exposition à la fumée de tabac dans les lieux de vie n'est donc pas couverte par la loi ou la réglementation actuelle.

À ce jour, seuls deux supports institutionnels font figure d'exception : **le site du Ministère de l'intérieur**¹⁷ et le site officiel de l'administration française¹⁸ plus connu sous son nom de domaine **service-public.fr**.

Tous deux citent les « fumées excessives de cigarettes » parmi les types de nuisances olfactives pouvant être considérées comme des troubles anormaux de voisinage. Ils ouvrent ainsi une brèche pour les personnes importunées par le tabagisme dans leur lieu de vie, et leur offre comme solution de s'adresser au conciliateur de justice, puis éventuellement au tribunal judiciaire ou au tribunal de proximité¹⁹ pour l'appréciation du caractère anormal de la pollution tabagique.

En revanche, cette brèche se referme presque aussi vite, car même si le juge reconnaît le caractère anormal de la nuisance dans une situation donnée, il ne dispose pas, pour les nuisances olfactives, de textes sur lesquels s'appuyer pour sanctionner précisément ce trouble de voisinage comme il en dispose pour les nuisances sonores. Par ailleurs, l'administration de la preuve du caractère anormal de la nuisance se mesure à son intensité, sa fréquence et sa durée, ce qui supprime la possibilité de recourir à un constat d'huissier pour la mesure de l'intensité et de la fréquence.

À l'aune de la connaissance des forces et des faiblesses de la loi Evin et de la réglementation qui en découle, quelles options sont envisageables en 2021 pour réduire la prévalence tabagique et les problématiques qui y sont liées ?

1.d

**30 ans après la promulgation
de la loi Evin**

l'accent doit être mis sur la gestion de l'offre et de la demande de tabac ainsi que sur l'évolution des dispositions législatives

Tout l'intérêt pour la France consiste désormais à mettre l'accent sur la réduction de la demande et sur l'évolution de la loi afin de disposer de moyens à la hauteur des objectifs contemporains de la lutte contre le tabagisme et ses conséquences. Tout particulièrement en 2021, où l'objectif est celui de la première génération sans tabac d'ici 2032.

1. Pour lutter contre un produit de consommation, manier les leviers de l'offre et de la demande s'impose comme élément stratégique indispensable

La logique concernant la prévalence tabagique est semblable à n'importe quelle logique derrière tout produit de consommation. Sans demande, il n'y a plus d'offre. En d'autres termes, pour lutter contre le tabagisme et ses conséquences, il convient de lutter contre la consommation de tabac maintenue à haut niveau par les fabricants de tabac en jouant sur l'attractivité et l'accessibilité des produits.

LA FISCALITÉ ET LES POLITIQUES DE TAXATION DES PRODUITS DU TABAC

Dans la Convention-cadre de l'Organisation mondiale de la santé (CCLAT)²⁰, l'article 6 recommande aux États parties d'exploiter le potentiel des mesures financières et fiscales dans le cadre des efforts de réduction de la demande de tabac.

La représentation des courbes de prix et de consommation sur ces vingt dernières années s'étend sur quatre quinquennats qui, en termes de lutte contre le tabac, se sont distingués par leurs approches. Plusieurs enseignements sont à en tirer :

1. Le début du second millénaire est un excellent point de départ. Marqué par une déclaration présidentielle de guerre contre le tabac qui se concrétise par la triple augmentation forte et rapprochée des prix, la France accomplit là quelque chose qui s'est peu produit dans le monde : une baisse de 32% des ventes entre 2002 et 2004.

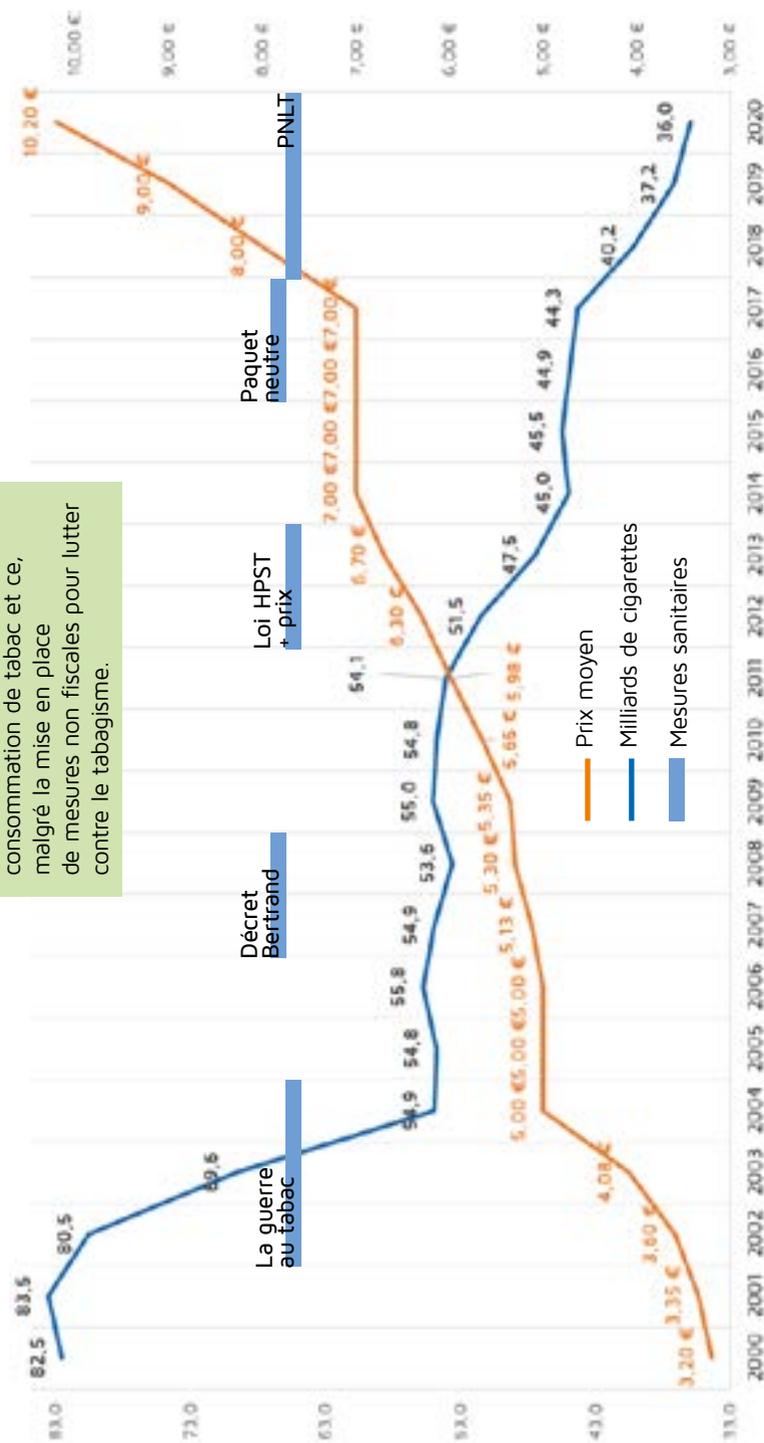
2. S'ensuit, entre 2004 et 2007, un moratoire de 3 ans se traduisant par une stagnation des prix, avec pour conséquence, une très faible diminution des ventes. Pour rappel, le décret Bertrand entre en vigueur le 1er février 2007, soit en pleine période de moratoire. Si la politique de taxation avait accompagné cette mesure, elle aurait très certainement eu un impact beaucoup plus important sur les ventes.

3. Plus tard, en 2009, la loi dite Hôpital Patient Santé Territoire (HPST) est accompagnée d'une augmentation des prix qui n'est pas forte, mais très régulière. La conséquence est visible : les ventes chutent de 10 points, entre 2009 et 2014.

4. Le moratoire qui suit cette avancée louable, à l'aube du Programme national de réduction du tabagisme 2014-2019 (PNRT), aura pour conséquence de voir les ventes légèrement augmenter.

Effet du prix sur la consommation

- Augmenter les prix fait baisser les ventes
- Geler les prix maintient la consommation de tabac et ce, malgré la mise en place de mesures non fiscales pour lutter contre le tabagisme.



Source : DNF

i CONCRÈTEMENT : À la lumière de ces faits, il apparaît évident qu'accompagner les mesures de lutte antitabac d'une politique de taxation permet d'en amplifier les résultats par des augmentations régulières et rapprochées. A contrario, les mesures destinées à lutter contre le tabagisme qui ne s'inscrivent pas dans un calendrier d'augmentation forte ou régulière et rapprochée des prix du tabac n'ont que peu d'effets concrets sur la prévalence tabagique.

L'INATTRACTIVITÉ DU PRODUIT ET LA DÉNORMALISATION DU TABAC DANS LA SOCIÉTÉ FRANÇAISE

Le potentiel sûr des politiques de taxation montré au point précédent, au travers de l'analyse du lien entre le prix des cigarettes et leurs ventes, ne doit pas masquer les autres aspects du système français de taxation des produits du tabac, et tout particulièrement ses carences. Si les ventes de cigarettes ont chuté de 57% en vingt ans, les autres catégories de produits du tabac n'ont pas toutes enregistré la même baisse d'attractivité. Cela s'explique par une différence qui existe, encore en 2021, entre les systèmes de taxation des différentes catégories de tabacs.

La catégorie des cigarettes se considère en unités. Celle des cigares et cigarillos aussi, et cela est déjà plus paradoxal car taxer à l'unité un cigarillo de 1,2 grammes et un cigare de 250 grammes ne semble pas logique, même lorsque cette partie de taxation à l'unité est faible. Autres exemples, comment imaginer que le tabac à pipe, la chicha et les tabacs chauffés de nouvelle génération puissent être dans la même catégorie de taxation au poids ? Comment aussi arriver à maintenir un équilibre d'attractivité entre la cigarette taxée à l'unité et le tabac à rouler taxé au gramme ?

Avec autant de disparités entre les catégories de produits, il n'est en effet pas possible d'avoir des conséquences coordonnées sur les ventes. Or cela n'est pas sans risque. Dans les chiffres, cela se retrouve très bien : si entre 2017 et 2020, les ventes de cigarettes ont chuté de presque 20%, le tabac à rouler qui a bénéficié de plus de souplesse a seulement chuté de 13.8%. Pour les autres tabacs, tabac à chauffer, chicha, tabac à tuber et tabac à pipe, ce n'est pas une moindre diminution des ventes qui est à déplorer, mais bel et bien une augmentation de 147%.

Le problème de transfert de consommation se pose en raison de la nomenclature actuelle du système de taxation. Les consommateurs de tabac n'arrêtent pas tous de fumer lorsque les prix augmentent, certains s'orientent vers les produits épargnés par la politique fiscale.

Concernant la catégorie des autres produits, dont les ventes sont en pleine croissance, il conviendra de la subdiviser pour agir efficacement contre les problématiques contemporaines et futures, en dissolvant au moins les nouveaux produits chauffés et la chicha pour les taxer efficacement.

5. Depuis 2017, les augmentations de prix ont été fortes et régulières et ont ainsi donné au Programme national de lutte contre le tabagisme 2018 – 2022 (PNLT) les moyens d'atteindre l'objectif de la première génération d'adulte sans tabac, soit une génération dont la prévalence tabagique sera inférieure à 5%. La première étape qui mène à cet objectif est désormais franchie, le prix moyen du paquet de cigarettes est désormais de 10,20 euros et la prévalence tabagique est passée de 29,4% en 2016 à 24% en 2019. Avec une prise de recul sur ces vingt dernières années, on ne peut que regretter ces successions de courage politique, qui met la France dans le peloton de tête pour les prix du tabac, alternant avec de la soumission aux diktats de ceux pour qui la santé publique doit céder le pas aux intérêts mercantiles. Ce n'est pas uniquement la prévalence qui se maintient, voire augmente, dans ces périodes, c'est surtout l'opinion publique qui est désarçonnée face au manque de cohérence des messages officiels qui leur parviennent.

6. Il n'est pas imaginable d'affronter une nouvelle fois un moratoire, sur les prix du tabac, sans en mesurer les conséquences sur l'objectif d'une première génération d'adultes sans tabac d'ici 2032.

2. L'évolution de la loi de 1991 est devenue une nécessité en 2021, mais doit impérativement éviter d'ouvrir la boîte de Pandore

L'état actuel de la loi et de la réglementation correspondante n'est pas assez étoffé pour répondre à l'ensemble des problématiques liées au tabagisme. Certaines nuisances requièrent des évolutions législatives voire réglementaires pour être combattues. Dans le même temps, légiférer de nouveau n'est pas sans mettre en danger les acquis du cadre législatif et réglementaire contemporain.

LES DOMAINES DANS LESQUELS UNE ÉVOLUTION LÉGISLATIVE EST DÉSORMAIS REQUISE

L'interdiction de fumer



Dans la continuité de l'objectif sanitaire de la loi, l'interdiction de fumer devrait être étendue au-delà des lieux clos et couverts à usage collectif. DNF, par sa présence auprès des victimes de pollution tabagique, est en position d'affirmer le besoin d'évolution législatif afin, d'une part, de remédier aux souffrances qu'elles endurent et d'autre part, de donner aux instances saisies qui reconnaissent le bien-fondé de leurs démarches, les moyens de réagir légalement.

DNF a identifié deux possibilités concrètes d'action. L'une s'adresse à l'organe législatif et l'autre, à l'organe exécutif français.

Pour les députés français, l'action réalisable à court terme est l'introduction de la lutte contre le tabagisme passif, à l'article L. 1311-1 du Code de la santé publique, dans la liste des mesures propres à préserver la santé et le bien-être des individus. Concrètement, cela signifierait désigner le tabagisme passif entre lieux d'habitation privés comme trouble anormal de voisinage.

Pour les membres du gouvernement français, l'objectif est plus rapidement atteignable. Il consiste à introduire, à la fin de l'article R. 3512-2 du Code de la santé publique, un cinquième type de lieu occupé, collectivement et statiquement, dans lequel fumer constitue un trouble anormal de voisinage, à savoir le domaine privatif d'habitation et les lieux découverts où règne le tabagisme passif sans possibilité de s'en protéger autrement qu'en les quittant.

L'interdiction totale de publicité



Le monde, en 2021, est plus que jamais globalisé, y compris concernant la circulation d'informations. Dans ces circonstances, la France ne doit pas se contenter d'interdire toute publicité, promotion ou parrainage depuis son territoire, comme l'y oblige l'article 13 de la Convention-cadre. La France doit également se prémunir des publicités, promotion ou parrainage en provenance d'un autre territoire.

Pour y parvenir, DNF encourage la voie de la diplomatie et encourage les autorités françaises compétentes à être une force motrice en matière de coopération internationale contre la promotion des produits du tabac, aujourd'hui directement dirigée à l'encontre des plus jeunes.



La fiscalité

Dans la poursuite des propos formulés plus tôt dans ce rapport, relatifs aux leviers fiscaux sur l'offre et la demande, DNF réaffirme sa position en faveur d'une augmentation forte et régulière des prix du tabac pour atteindre le paquet de cigarette à 15 euros d'ici 2025 ainsi qu'en faveur d'une refonte en profondeur des catégories de tabac au regard de la taxation.

Au-delà, DNF recommande au pouvoir politique de promouvoir une véritable harmonisation des prix au niveau européen. Il s'agit ici d'éviter que les efforts fiscaux français aient pour conséquence de rendre les produits du tabac vendus dans les pays voisins, plus attractifs pour les consommateurs frontaliers. Les efforts faits pour obtenir une traçabilité efficace des produits du tabac commencent à porter leurs fruits, mais une vigilance est nécessaire pour empêcher les industriels du tabac d'en influencer l'évolution.

Les tolérances déraisonnables accordées aux frontières pour l'acquisition de produits du tabac, que ce soit le duty-free ou les achats transfrontaliers, ne peuvent plus relever de la normalité lorsqu'elles permettent à des professionnels qui, pour leur métier franchissent quotidiennement ces frontières, de se livrer à un trafic rémunérateur.

Les ventes à la sauvette ne peuvent plus être tolérées au prétexte qu'elles seraient pratiquées majoritairement par des mineurs sans papiers qui, sitôt arrêtés, reprennent leur activité en toute liberté.

LES POINTS DE VIGILANCE À OBSERVER

En témoigne le détricotage du volet relatif à la lutte contre l'alcoolisme de la loi Evin, modifier la législation en vigueur comporte toujours le risque d'un retour en arrière.

À l'occasion de la célébration des trente ans de la loi Evin, DNF salue la qualité du texte législatif et les progrès de la lutte contre le tabagisme qu'il a permis depuis sa promulgation. Les dispositions en vigueur ne sont pas à changer, elles sont à faire évoluer, dans une certaine mesure. Ainsi, après avoir détaillé les besoins d'évolution de la loi Evin, il convient tout de même d'appeler à la vigilance.

Si les acteurs de la lutte contre le tabagisme disposent aujourd'hui d'une palette de moyens divers pour réaliser leurs objectifs, ils ne sont pas les seuls acteurs dans le paysage. D'autres acteurs ayant quant à eux des intérêts liés à la consommation de tabac disposent également d'une palette d'actions parmi lesquels figurent aussi les projets de loi et d'amendement. La différence est l'objectif poursuivi.

Merci Monsieur Evin !

L'INTERDICTION DE FUMER PAR LIEUX



Lieux	Autorisé	Interdit
DANS LES TRANSPORTS		
Dans la voiture		En présence d'un mineur de moins de 18 ans
Dans le train		●
Sur le quai de la gare découvert		●
Sur le quai de la gare couvert		●
Dans les sanitaires des trains		●
Dans le métro		●
Dans l'avion		●
Dans une voiture de covoiturage	● Sauf convention entre les parties	En présence d'un mineur de moins de 18 ans
Dans le bus		●
DANS LES ENTREPRISES		
Dans le bureau individuel		●
Dans le bureau collectif		●
Dans un open-space		●
Dans une voiture de société	● Exception : l'employeur peut interdire de fumer	En présence d'un mineur de moins de 18 ans
Dans un bus		●
A la cafétéria, couverte et fermée		●
Sous le porche d'entrée	●	
Dans les couloirs		●
Dans un chantier découvert	●	

L'INTERDICTION DE FUMER PAR LIEUX



Lieux	Autorisé	Interdit
DANS LES ETABLISSEMENTS DE SANTE		
Dans les salles de consultation		●
Dans les chambres individuelles		● Exception : occupation de la chambre en long séjour
Dans les chambres collectives		●
Hors périmètre de l'établissement	● Sauf arrêté municipal	
DANS LES ETABLISSEMENTS D'ENSEIGNEMENT (écoles, collèges, lycées)		
Dans les salles de cours		●
Dans les couloirs		●
Dans la cour de récréation		●
Dans le gymnase		●
Sur les terrains de sport		●
Devant la porte d'entrée	● Sauf arrêté municipal	
Dans les cafétérias couvertes et fermées		●
Dans les cafétérias découvertes ou aérées		●

L'INTERDICTION DE VAPOTER PAR LIEUX



Lieux	Autorisé	Interdit
DANS LES TRANSPORTS		
Dans la voiture	●	
Dans le train		●
Sur le quai de la gare découvert		●
Sur le quai de la gare couvert		●
Dans les sanitaires des trains		●
Dans le métro		●
Dans l'avion		●
Dans une voiture de covoiturage	● Sauf convention entre les parties	En présence d'un mineur de moins de 18 ans
Dans le bus		●
DANS LES ENTREPRISES		
Dans le bureau individuel	●	
Dans le bureau collectif		●
Dans un open-space		●
Dans une voiture de société	● Exception : l'employeur peut interdire de fumer	
Dans un bus		●
A la cafétéria, couverte et fermée		●
Sous le porche d'entrée	●	
Dans les couloirs		●
Dans un chantier découvert	●	



L'INTERDICTION DE VAPOTER PAR LIEUX

Lieux	Autorisé	Interdit
DANS LES ETABLISSEMENTS DE SANTE		
Dans les salles de consultation		●
Dans les chambres individuelles		● Exception : occupation de la chambre en long séjour
Dans les chambres collectives		●
Hors périmètre de l'établissement	● Sauf arrêté municipal	
DANS LES ETABLISSEMENTS D'ENSEIGNEMENT (écoles, collèges, lycées)		
Dans les salles de cours		●
Dans les couloirs		●
Dans la cour de récréation		●
Dans le gymnase		●
Sur les terrains de sport		●
Devant la porte d'entrée	● Sauf arrêté municipal	
Dans les cafétérias couvertes et fermées		●
Dans les cafétérias découvertes ou aérées		●

1. Le texte de loi

En résumé

La loi Evin du 10 janvier 1991 est une loi très novatrice

- qui a permis de considérablement restreindre l'attractivité de l'acte de fumer qu'un siècle de marketing et de promotion avait érigé en attribut incontournable de l'être humain ;
- qui aurait dû protéger du tabagisme passif mais que son décret d'application de 1992 a profondément trahi ;
- qui a très efficacement, depuis le décret du 15 novembre 2006, modifié la vie des fumeurs comme des non-fumeurs dans les espaces intérieurs à usage collectif ;
- qui a permis de changer la perception du tabac en France et d'en faire baisser la consommation par la fiscalité.

Elle n'a cependant pas cessé d'être bousculée

- par le lobbyisme féroce de tous ceux qui font commerce du tabac et qui auraient probablement détruit les fondements de cette loi, comme d'autres l'ont fait pour son « volet alcool », sans la vigilance de la société civile ;
- par les habitudes prises avant le décret Bertrand qui s'estompent trop lentement en raison de l'attitude laxiste des agents de contrôle et trop souvent aussi des juges de première instance.

Et doit évoluer pour prendre en compte les données nouvelles

- pour éviter les transferts de consommation vers les nouveaux produits du tabac et les produits connexes au lieu de privilégier l'arrêt ;
- pour étendre la protection contre le tabagisme passif partout où il existe réellement mais n'est pas interdit par la loi.

2 La jurisprudence sur le respect de la loi Evin durant ses 30 années d'existence

2.a

L'application de la loi Evin a été, demeure et demeurera probablement encore demain un combat à mener au quotidien

1. Qu'il y ait un décret d'application conforme à l'esprit de la loi ou pas, l'interdiction de fumer est un principe régulièrement bafoué
2. Les nouveaux produits du tabac et les problématiques associées dessinent les points de vigilance de demain

2.b

Aperçu des grandes avancées jurisprudentielles au travers du prisme des actions menées par la société civile

1. Interdiction de publicité et interdiction de fumer ont, en réalité, été des notions à définir
2. Les contrôles ont une utilité certaine dans l'effectivité de la loi et des dispositions réglementaires correspondantes

2.c

Des dispositions exemplaires trop peu respectées : le problème est celui de leur mise en œuvre et du contrôle de leur respect

1. L'implication des agents de contrôle est limitée, dans le pouvoir et dans le vouloir
2. Le rôle de la société civile pallie certes ces restrictions, mais sans garantie du lendemain

2.d

Le manque de contrôle en apparence paradoxal par rapport aux enjeux de la loi, prévu par le législateur lui-même, s'explique par la symbolique de la loi

1. La volonté d'influencer les comportements requiert davantage prévention et sensibilisation, plutôt que répression
2. Dans la continuité de l'esprit de la loi, c'est le contexte qu'il faut cibler pour changer l'acte

2.a

L'application de la loi Evin

a été, demeure et demeurera

encore demain un combat à mener au quotidien

Si les outils législatifs n'ont que peu changé depuis sa promulgation en 1991, l'application de la loi, quant à elle, se distingue dans ses difficultés à être respectée. Alors même que les principes inhérents à la loi Evin se sont vu renforcer au cours de ces trois dernières décennies, en 2021, leur respect demeure encore un combat à mener sur plusieurs fronts.

1. Qu'il y ait un décret d'application conforme à l'esprit de la loi ou pas, l'interdiction de fumer est un principe régulièrement bafoué.

Initialement énoncée dans la loi de 1991 et son décret de 1992, puis renforcée dans le décret de 2006, l'interdiction de fumer dans les lieux clos et couverts à usage collectif est victime d'infractions récurrentes. Cela témoigne d'une absence d'évolution des comportements depuis 30 ans, quand bien même la réalité du danger tabagique était-elle prise en compte par les autorités et par l'opinion publique.

L'INTERDICTION DE FUMER DANS LES LIEUX CONSTITUANT DES LIEUX DE TRAVAIL

En vertu de l'article R. 3512-2 du Code de la santé publique, la consommation de tabac dans les espaces clos et couverts constituant des lieux de travail est interdite. Ce principe applicable depuis 1992 a été réaffirmé en 2006 par le décret dit Bertrand.

En précisant les modalités concrètes d'application de l'interdiction, ce décret d'application de 2006 a permis une baisse spectaculaire de l'exposition au tabagisme passif sur le lieu de travail.

Alors que 48% des non-fumeurs et 41% des fumeurs et ex-fumeurs déclaraient, en 2006, avoir été exposés à la fumée de tabac à l'intérieur de leur lieu de travail, il n'était plus que 20% et 18%, respectivement, en 2008, ainsi que le révèlent les deux premières vagues de l'enquête du projet International Tobacco Control en France¹. Le travail important effectué par les services de la direction du travail sur le terrain avait permis d'expliquer ou de rappeler les principes de la loi. Ce travail s'est malheureusement interrompu brutalement après quelques mois. La troisième vague d'enquête de ce projet, réalisée en 2012, montrait un certain ralentissement dans l'application de l'interdiction de fumer dans les lieux constituant des lieux de travail. Encore 15% des non-fumeurs et 14% des fumeurs et ex-fumeurs s'y déclaraient exposés à la fumée de tabac.

En 2021, ce n'est plus d'un ralentissement dont il est question, mais davantage d'une stagnation. Pour Santé publique France, qui révélait en février 2020 qu'encore 15,7% des salariés et surtout que 27,4% des ouvriers étaient exposés au tabagisme passif sur leur lieu de travail, en 2017, il s'agirait même probablement d'un « niveau palier atteint », voire même d'une recrudescence non maîtrisée.

Ce ralentissement dans la bonne application de l'interdiction de fumer à l'intérieur du lieu de travail révèle l'ancrage d'un problème de santé publique qui concerne aujourd'hui 26,9 millions d'actifs, en France³. Non-négligeable, ce chiffre ne s'explique que difficilement en 2021. Si l'interdiction de fumer sur le lieu de travail s'accompagne d'une obligation pour l'employeur d'en assurer le respect, la Cour de cassation a clairement défini que l'obligation de protection des salariés vis-à-vis de la fumée de tabac qui incombe aux employeurs, est une obligation de résultat et non pas simplement une obligation de moyens. Ainsi, qu'un ouvrier sur quatre se déclare non protégé de la fumée de tabac est le témoignage d'une défaillance dans le contrôle du respect de l'interdiction de fumer, qu'elle soit du fait de l'employeur ou des autorités compétentes en la matière voire même d'une mansuétude extrême de la justice.

C'est ainsi que par un jugement en date du 12 juillet 2019 le tribunal de police de Paris considérait un employeur coupable d'avoir mis à la disposition des fumeurs des emplacements non conformes, incité volontairement à la violation de l'interdiction et omis d'afficher la signalisation obligatoire, le condamnait, mais prononçait une dispense de peine. Le tribunal condamnait également l'entreprise en la dispensant aussi de peine et octroyait 200 euros de dommages et intérêts en dédommagement du préjudice d'un salarié qui avait subi pendant 20 mois l'inconfort et le risque pour sa santé du tabagisme passif.

Cet état de fait, inacceptable au regard des dispositions existantes, est non seulement un problème de santé publique mais également un problème de société. Parmi les 26,9 millions d'actifs exposés à la fumée de tabac en France, tous ne le sont pas de la même manière : de fortes disparités existent entre les catégories socio-professionnelles. Selon le Baromètre de Santé publique France

s'intéressant à la situation des actifs entre 18 et 64 ans, en 2017, les ouvriers étaient de loin les travailleurs les plus exposés (27,4%). L'exposition des autres catégories professionnelles était comprise entre 6,4% (cadres et professions intellectuelles supérieures) et 15,8% (employés). Toutes catégories confondues, il n'y a, là encore, aucune évolution significative depuis 2014. Et, plus grave, le salarié ne dispose d'aucun recours efficace pour faire valoir ses droits s'il n'est pas accompagné par une association habilitée à ester en justice dans ce cadre.

L'INTERDICTION DE FUMER SUR LES TERRASSES COUVERTES ET FERMÉES ACCUEILLANT DU PUBLIC

Parmi les problématiques n'évoluant pas vers un meilleur respect de la législation en vigueur, le tabagisme sur les terrasses des lieux dits de convivialité n'est pas en reste et ce, en dépit de l'existence depuis le 17 septembre 2008, d'une circulaire précisant les modalités d'application de l'interdiction renforcée par le décret Bertrand de 2006. La circulaire n°2008-292, relative aux modalités d'application de la seconde phase de l'interdiction de fumer dans les lieux à usage collectif⁴, détaille en effet, selon la configuration des terrasses, les cas où l'interdiction de fumer s'y applique.

i CONCRÈTEMENT : la terrasse étant un espace extérieur et donc normalement pas un lieu clos et couvert, l'interdiction de fumer ne s'y applique pas. Pour reprendre les termes de la circulaire : « doivent, en particulier, être considérés comme des espaces extérieurs » :

- les terrasses totalement découvertes quand bien même, elles seraient closes sur leurs côtés
- les terrasses couvertes mais dont le côté principal serait intégralement ouvert (en général, la façade frontale).

Néanmoins, ces deux configurations de terrasses ne couvrent pas l'ensemble des possibilités. Dans les autres cas de figure, l'interdiction de fumer s'applique. Il s'agit notamment des terrasses non séparées physiquement de l'intérieur de l'établissement, par exemple au moyen d'une cloison ou d'une baie vitrée fermée, qui doivent alors être considérées comme le prolongement de l'espace intérieur dans lequel l'interdiction s'applique. Il s'agit en outre des terrasses bâchées dont l'unique ouverture est une porte et non pas une façade entière.

Dans les faits, les circulaires n'ayant pas une valeur normative, il a été particulièrement difficile de s'appuyer sur ces interpré-

tations du décret pour faire respecter l'interdiction de fumer dans les lieux clos et couverts accueillant du public. C'est notamment la raison pour laquelle, par méconnaissance des dispositions ou par résistance, nos hivers assistent systématiquement à la prolifération des terrasses bâchées où fumer est autorisé. Véritable problème de santé publique pour les salariés et les clients de ces établissements, ces terrasses enfumées annulent même les effets de l'interdiction de fumer applicable en intérieur. Celles-ci sont bien souvent un lieu de passage obligatoire vers l'intérieur et en tout état de cause, les inévitables appels d'air propagent la fumée de tabac vers l'intérieur.

2. Les nouveaux produits du tabac et les problématiques associées dessinent les points de vigilance de demain

Avec le développement à la hausse de la consommation de nouveaux produits du tabac, les victoires d'hier concernant les cigarettes se préparent à être les combats de demain avec les cigarettes électroniques, le narguilé ou encore le tabac chauffé.

LA VENTE ET LE RESPECT DE L'INTERDICTION DE PUBLICITÉ

La vente de tabac, tout comme la vente d'ingrédients et de produits du tabac, est le monopole de l'Etat, en France. Son contrôle est confié à la Direction générale des douanes et droits indirects qui a également la charge d'octroyer un agrément aux personnes souhaitant gérer un débit de tabac⁵.

Concernant la vente en ligne, celle-ci est strictement interdite, conformément aux termes de l'article 568 ter du Code général des impôts reproduit ci-après :

« Article 568 ter Modifié par LOI n°2014-1655 du 29 décembre 2014 - art. 93

I. – La vente à distance de produits du tabac manufacturé, y compris lorsque l'acquéreur est situé à l'étranger, est interdite en France métropolitaine et dans les départements d'outre-mer. L'acquisition, l'introduction en provenance d'un autre Etat membre de l'Union européenne ou l'importation en provenance de pays tiers de produits du tabac manufacturé dans le cadre d'une vente à distance sont également interdites en France métropolitaine et dans les départements d'outre-mer.

II. – Les produits du tabac manufacturé découverts dans les colis postaux ou dans les colis acheminés par les entreprises de fret express, provenant d'un autre Etat, sont présumés avoir fait l'objet d'une opération interdite au sens du I, sauf preuve contraire. »⁶

Ces dernières années, c'est la vente en ligne de tabac, et notamment celle de nouveaux produits du tabac, qui a amené DNF à réagir et parfois même à se constituer partie civile devant la justice. Ainsi, après avoir signalé ces contenus illicites aux entreprises responsables, puis les avoir mises en demeure de les retirer lorsque le signalement était sans effet, l'association n'a eu d'autre choix que de les citer à comparaître devant un tribunal lorsque celles-ci s'obstinaient. Après avoir assisté au développement des achats en ligne en 2020, à la suite des mesures prises par le gouvernement en raison de la crise sanitaire liée à la Covid-19, DNF appelle à la vigilance des services de douanes et invite les entreprises, et tout particulièrement celles qu'elle a mises en demeure, à se conformer aux dispositions légales.

Dans le même registre, le retour des confiseries en forme de cigarettes et de paquet de cigarettes, allant parfois même, dans leur publicité, jusqu'à recréer la fumée de tabac, sont interdites en ce qu'elles constituent une publicité en faveur du tabac, selon les articles L. 3512-4 et L. 3512-5 du Code de la santé publique. DNF en appelle là aussi à la vigilance des autorités compétentes et à la responsabilité des entreprises de commercialisation pour faire respecter les dispositions visant à protéger les jeunes de l'entrée dans le tabagisme.

Concernant la vente sur les stands, celle-ci déroge également aux dispositions des articles L. 3512-4 et suivants du Code de la santé publique en ce qu'elle constitue presque toujours un outil de promotion en faveur des produits du tabac. Les premières actions de DNF en la matière datent du début des années 2000. Presque une décennie de procédures judiciaires plus tard, les résultats sont au rendez-vous. La veille exercée par les adhérents de DNF, sur le terrain, permet d'affirmer que les cigarettiers n'ont aujourd'hui plus recours à l'installation de stands pour promouvoir leurs produits.

En revanche et en dépit de l'article L. 3513-4 concernant leurs produits, il semblerait que les fabricants de cigarettes électroniques et de tabac chauffé aient pris le relai et nous rappellent qu'en matière d'application de la loi, rien n'est jamais acquis et que la vigilance reste de rigueur.



LE DÉVELOPPEMENT DES BARS À CHICHA ET LE RESPECT DE L'INTERDICTION DE FUMER



Appréhendée ici comme une problématique qui alimentera la jurisprudence dans les années à venir, le non-respect de l'interdiction de fumer dans les lieux clos et couverts à usage collectif dans les bars à chicha n'est pourtant pas un phénomène nouveau. En réalité, DNF intervient depuis 2004 sur cette problématique qui s'est déployée au vu et su de tous et notamment des autorités en charge de la bonne application des dispositions légales. En toute logique, considérant que fumer en dehors d'un espace réservé aux fumeurs répondant à plusieurs normes strictes est interdit depuis le 1er janvier 2008 dans les bars, il est évident que les bars à chicha sont presque tous en infraction et ce, sur plusieurs plans.

Sur le plan de consommation :

pour mémoire, les dispositions en vigueur ne l'autorisent que dans une pièce nécessairement fermée, équipée d'un système de ventilation, d'une superficie limitée et dans laquelle aucune prestation de service ne peut être fournie. Dans les bars à chicha, ces normes imposées à tout lieu clos et couvert accueillant du public sont communément bafouées. La plupart du temps, la consommation de tabac a lieu dans la pièce principale dont la superficie excède 35m² et pire encore, là où se fait l'accès à l'établissement. Absolument tous les clients et salariés sont inévitablement – délibérément – exposés au tabagisme passif.

Sur le plan de la distribution :

après vérification auprès de la Direction générale des douanes et droits indirects, en 2004, il était nécessaire qu'un débit de boisson soit titulaire d'une licence de 3ème ou de 4ème catégorie ou bien d'une licence restaurant au sens du Code de la santé publique, pour obtenir le statut d'acheteur-revendeur de tabac. Dans la plupart des cas que DNF a eu à connaître, les établissements ne possédaient qu'une licence de 1ère ou de 2ème catégorie. Conformément au Code général des impôts, ces établissements n'étaient donc pas autorisés à acheter, ni à revendre du tabac.

Sur le plan de la protection des mineurs :

il ne peut être ignoré que les adolescents composent une part essentielle de leur clientèle. Cela contrevient directement à l'interdiction de vente aux mineurs posée par l'article L. 3512-12 du Code de la santé publique.

En l'absence de contrôle du respect de l'interdiction de fumer dans les bars à chicha, ces établissements entravent en tous points les efforts de santé publique de la France :

- étant par nature des espaces réservés aux fumeurs, ils sont nécessairement dans l'impossibilité matérielle de se conformer aux dispositions légales et réglementaires visant à protéger les particuliers et les professionnels contre l'exposition au tabagisme passif ;
- ne respectant presque jamais les obligations posées par le Code général des impôts relatives à la revente de tabac, ils représentent un défi réel pour la lutte contre la contrebande ;
- au-delà d'un obstacle pour l'efficacité des mesures de lutte contre le tabagisme, ces pratiques illégales sont un réel problème de société en ce qu'elles provoquent très souvent des nuisances olfactives de voisinage lorsque ces établissements sont situés au rez-de-chaussée d'un immeuble.

2.b

Aperçu des grandes avancées

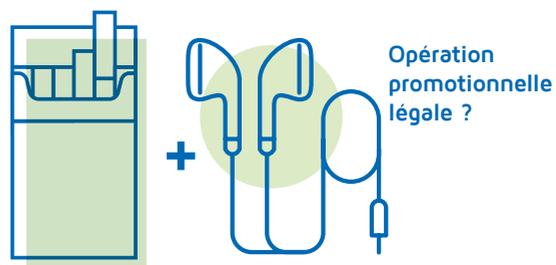
jurisprudentielles

au travers du prisme des actions menées par la société civile

Intervenant depuis plusieurs décennies pour le respect de la loi Evin, au titre de l'article L. 3515-7 du code de la santé publique l'habilitant à se constituer partie civile, l'association DNF a été témoin et souvent acteur des plus grandes avancées de la lutte antitabac et notamment pour faire préciser les textes par la jurisprudence.

PROPAGANDE ET PUBLICITÉ, DIRECTE OU INDIRECTE, EN FAVEUR DU TABAC : INTERPRÉTATION LARGE

Affaire emblématique dans l'interprétation de l'interdiction de propagande ou de publicité en faveur du tabac ainsi que de ses produits et ingrédients, la décision n° 086-88.501 du 9 mars 2010 de la Cour de cassation mérite d'être abordée ici.



En l'espèce, la Société nationale d'exploitation industrielle des tabacs et allumettes (SEITA) avait lancé une opération ayant pour objet d'offrir une paire d'écouteurs, à tout acheteur d'un paquet de cigarettes de la marque « New's 100'S ». Dans les faits, ces écouteurs n'affichaient ni le logo de la marque en question, ni quelque autre signe distinctif rappelant le tabac, ses produits ou ses ingrédients.

Dans ce cas de figure, la question posée à l'autorité judiciaire saisie de l'affaire par le CNCT était de savoir si, bien que dépourvu de toute distinction rappelant le tabac, ce cadeau était une opération promotionnelle illégale au sens des articles L. 3512-4 et L. 3512-5 du Code de la santé publique.

Article L. 3512-4
Modifié par Ordonnance n°2016-623 du 19 mai 2016 - art. 1

La propagande ou la publicité, directe ou indirecte, en faveur du tabac, des produits du tabac, des ingrédients définis à l'article L. 3512-2, ainsi que toute distribution gratuite ou vente d'un produit du tabac à un prix inférieur à celui qui a été homologué conformément à l'article 572 du code général des impôts sont interdites.

Ces dispositions ne s'appliquent pas aux enseignes des débits de tabac, à condition que ces enseignes soient conformes à des caractéristiques définies par arrêté interministériel.

Elles ne s'appliquent pas non plus :

1° Aux publications et services de communication en ligne édités par les organisations professionnelles de producteurs, fabricants et distributeurs des produits du tabac, réservés à leurs adhérents, ni aux publications professionnelles spécialisées dont la liste est établie par arrêté signé par les ministres chargés de la santé et de la communication, ni aux services de communication en ligne édités à titre professionnel qui ne sont accessibles qu'aux professionnels de la production, de la fabrication et de la distribution des produits du tabac ;

2° Aux publications imprimées et éditées et aux services de communication en ligne mis à disposition du public par des personnes établies dans un pays n'appartenant pas à l'Union européenne ou à l'Espace économique européen, lorsque ces publications et services de communication en ligne ne sont pas principalement destinés au marché communautaire.

Toute opération de parrainage ou de mécénat est interdite lorsqu'elle est effectuée par les fabricants, les importateurs ou les distributeurs de produits du tabac ou lorsqu'elle a pour objet ou pour effet la propagande ou la publicité directe ou indirecte en faveur du tabac, des produits du tabac et des ingrédients définis à l'article L. 3512-2.

Article L. 3512-5
Création Ordonnance n°2016-623 du 19 mai 2016 - art. 1

Est considérée comme propagande ou publicité indirecte la propagande ou la publicité en faveur d'un organisme, d'un service,

d'une activité, d'un produit ou d'un article autre que le tabac, un produit du tabac ou un ingrédient défini à l'article L. 3512-2 lorsque, par son graphisme, sa présentation, l'utilisation d'une marque, d'un emblème publicitaire ou un autre signe distinctif, elle rappelle le tabac, un produit du tabac ou un ingrédient défini à l'article L. 3512-2.

Toutefois, ces dispositions ne sont pas applicables à la propagande ou à la publicité en faveur d'un produit autre que le tabac, un produit du tabac ou un ingrédient défini à l'article L. 3512-2 qui a été mis sur le marché avant le 1er janvier 1990 par une entreprise juridiquement et financièrement distincte de toute entreprise qui fabrique, importe ou commercialise du tabac un produit du tabac ou un ingrédient défini à l'article L. 3512-2. La création d'un lien juridique ou financier entre ces entreprises rend caduque cette dérogation.

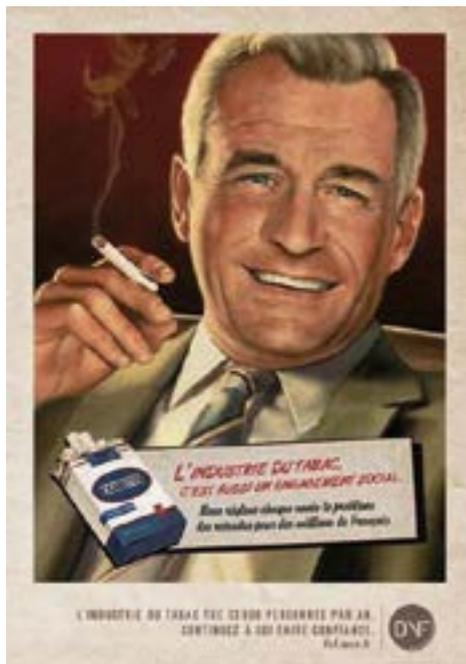
Dans son jugement, la Cour de cassation considère que « constitue bien une propagande ou publicité directe ou indirecte en faveur du tabac ou de ses produits, l'offre, après l'acte d'achat, de remise gratuite à l'acheteur d'un paquet de cigarettes d'une marque déterminée d'un objet sans rapport avec le tabac – une paire d'écouteurs –, dépourvu de tout logo ou signe distinctif rappelant ou évoquant le tabac ou les produits du tabac et sans indication du fabricant ou du distributeur de cigarettes »⁷.

Cette large interprétation s'aligne sur l'esprit et le but recherché de la loi, qui n'est autre que celui de limiter les possibilités d'incitation à la consommation. Grâce à cette jurisprudence, les acteurs en charge de la bonne application de la loi Evin disposent d'un excellent précédent pour combattre les opérations promotionnelles déguisées.

1. Interdiction de publicité et interdiction de fumer ont, en réalité, été des notions à définir

Les textes législatifs et réglementaires encadrant la lutte contre le tabagisme n'étant pas toujours aisés à comprendre, leur évolution échappant souvent à ceux qui souhaitent y faire appel, leur application n'aurait probablement pas avancé sans la vigilance et la persévérance de la société civile.

Une seconde action menée par DNF a grandement fait avancer la cause en faisant reconnaître le caractère indirect, voire subliminal, de la publicité en faveur du tabac dans le jugement de la Cour d'appel de Versailles⁸ qui condamnait l'affiche publiée par British American Tobacco «fausse cigarette, vrai danger» qui laissait penser que la vraie cigarette vendue chez le buraliste constituait un faux danger.



i En 2012, DNF lance la campagne « L'industrie du tabac tue 73 000 personnes par an. Continuez à lui faire confiance ». Les 2 affiches de style rétro, avaient pour but de répondre aux arguments contre les paquets génériques des buralistes et des fabricants et combattre l'idée selon laquelle « le tabac non contrefait pourrait être moins nocif ».

INTERDICTION DE FUMER DANS LES LIEUX CLOS ET COUVERTS À USAGE COLLECTIF : L'EXEMPLE DES TERRASSES FERMÉES

Résistance ou incompréhension, voire séquelles du décret Kouchner de 1992, force est de constater qu'en 2021 persiste l'idée selon laquelle les terrasses des établissements de convivialité sont des espaces spécialement dédiés à la clientèle fumeuse et non pas des espaces où existe la possibilité de fumer, et ce, de manière strictement réglementée.

En tout état de cause, c'est bien cette logique contraire à l'esprit de la loi et à celui de son décret d'application de 2006 qui permet d'expliquer les nombreuses dérives à l'interdiction de fumer, dans les lieux de convivialités et notamment dans leurs terrasses. Ainsi qu'il a été vu précédemment, une même terrasse peut tout à fait être dans le champ d'application de l'interdiction de fumer dans une certaine configuration – souvent saisonnière – et en dehors de ce champ, dans une configuration différente. C'est tout particulièrement le cas des terrasses ouvertes en été et bâchées en hiver. Si la norme considérée est celle de l'espace qui a vocation à être dédié à la clientèle fumeuse, alors il n'est pas surprenant qu'une fermeture provisoire ne soit pas perçue comme un facteur modifiant le champ de cette norme : dans l'imaginaire général, la terrasse demeure alors un espace simplement dédié aux fumeurs.

Comprenant les répercussions du décret de 1992 et le mécanisme de pensée de la plupart des restaurateurs, l'association DNF s'est, dans un premier temps, attachée à expliciter le contenu de la loi, y compris auprès des agents de contrôle. Ces tentatives de mise en conformité à l'amiable n'ayant pas eu de suite, tant auprès des établissements que des commissariats ou gen-

darmeries, l'association a fait procéder au constat des infractions par huissier de justice, dans un second temps.

Parmi les établissements concernés, la société Self-Service Royal disposait en 2010, selon le constat d'huissier :

« d'une terrasse sur le trottoir, celle-ci est fermée par des cloisons, châssis métalliques vitrés sur les côtés droit et gauche, en façade des cloisons métalliques et vitrées d'environ 1,35m de hauteur ; l'ensemble est entièrement recouvert par un store banne ; [...] Aucun affichage apparent du principe d'interdiction de fumer sur la terrasse n'est apposé sur la façade et les retours de la terrasse ». De plus, selon le même constat, « A l'intérieur côté gauche, je note une table avec deux personnes dont l'une fume. Toutes les tables sont pourvues de cendriers. »

À première vue, l'infraction semble évidemment constituée. Dans cette affaire pourtant, l'association DNF est déboutée en 2010 et 2012, en première instance et en appel, au motif que le constat d'huissier n'indique pas l'heure et qu'il pourrait très bien avoir constaté les faits sur les heures de fermeture de l'établissement.

Ce n'est qu'en 2015 que la Cour de cassation estime que la terrasse de l'établissement est un lieu non seulement clos et couvert accueillant du public, mais constituant également un lieu de travail et par conséquent, casse et annule les deux premières décisions.

La Cour d'appel de Versailles à laquelle est renvoyée l'affaire, en 2015, estime qu'en dépit du fait que les circulaires n'ont pas de valeur contraignante, le juge se doit d'interpréter la loi et sa réglementation, conformément à la volonté et à l'objectif poursuivi initialement par le législateur. En d'autres termes, le principe d'interdiction de fumer est fondé sur des impératifs de santé publique et l'interprétation la plus



favorable est celle qui permet de protéger clients et salariés de l'exposition à la fumée de tabac et aux risques sanitaires qui y sont liés. Dans ce cas, quand bien même l'heure du constat n'était pas précisée, la force probante des constatations reste indemne car la seule présence de fumeurs dans l'établissement démontre que fumer y était toléré. En l'espèce, la société Self-Service Royal, favorisait la violation de l'interdiction de fumer posée par l'article R. 3512-2 du Code de la santé publique.

La persistance de l'infraction plusieurs mois après sa condamnation, dument constatée par huissier devait donner lieu à liquidation des astreintes prévues dans le dit jugement. C'était sans compter avec les effets pervers du décret du 29 mai 1992 car le juge chargé de l'exécution, considérant qu'« il existe un espace vide en façade entre les panneaux vitrés qui s'arrêtent à 1,50 m de hauteur et le store banne qui recouvre la terrasse. Au surplus, la terrasse apparaît largement ouverte sur l'extérieur puisqu'il existe un accès libre en façade frontale » déboute l'association DNF de ses demandes, la condamne à payer à la société Self-Service Royal la somme de 2 000 euros au titre de l'article 700 du code de procédure civile.

Après dix ans de procédures aussi coûteuses en énergie et en temps passé qu'en honoraires, la Cour d'appel de Paris a mis fin le 14 décembre 2017 à cette incroyable bataille judiciaire en infirmant ce jugement, en liquidant l'astreinte et en condamnant le restaurateur « au titre de l'article 700 du code de procédure civile ainsi qu'aux dépens de première instance et d'appel qui pourront être recouverts selon les modalités de l'article 699 du code de procédure civile ».

2. Les contrôles ont une utilité certaine dans l'effectivité de la loi et des dispositions réglementaires correspondantes

Si le non-respect des dispositions de la loi Evin est fréquent et s'il est facile de trouver un exemple pour le prouver, il convient tout de même de préciser que certaines problématiques ont disparu.

DNF a, en l'espace de 4 années, porté 8 affaires similaires devant la justice. Toutes, à l'exception d'une seule, ont été résolues en première instance par des jugements unanimes. Désormais, aucune de ces revues ne peut être destinées à la vente libre au grand public.

À la même période, DNF menait un combat identique sur la toile, à l'encontre de plusieurs sites internet dédiés à la consommation de cigare. La consommation de tabac y était valorisée, voire même incitée au travers de la proposition de dégustations. Aucun message d'avertissement sanitaire ou de mise en garde quelconque ne figurait sur leurs pages, pourtant largement accessibles au grand public, y compris aux mineurs.

Le 27 juin 2007, le tribunal condamnait les responsables de « Boutique 22 » et « La cape d'Epicure » mais relaxait celui de « L'amateur de cigare ». Porté devant la Cour d'appel, DNF obtient le 27 mai 2008 l'infirmité de la décision de relaxe du tribunal concernant « L'amateur de cigare » et confirmait les deux autres jugements, pour des faits qualifiés de publicité directe. La Cour de cassation, le 18 mai 2016, a mis fin à la publicité en faveur du tabac portée par les revues spécialisées en précisant que « l'interdiction de leur vente en kiosque était une restriction justifiée de la liberté d'expression ».

LA FIN DES REVUES PROMOTIONNELLES DE CIGARES

Immédiatement après la parution de la loi Evin, faire disparaître les publicités et les propagandes en faveur du tabac de la presse écrite a figuré parmi les premières actions menées par la société civile. Il y a trente ans, ces publicités représentaient encore une source majeure de revenus dans ce secteur. Au-delà, DNF a également entrepris d'en faire de même avec la presse spécialisée dite des amateurs de cigares.



En termes de publications relatives au tabac dans la presse professionnelle, seule une douzaine est autorisée par le Ministère des affaires sociales et de la santé. Cet état de fait ne justifiait donc en rien la vente libre de revues destinées au grand public, faisant la promotion des cigares au moyen d'images et d'écrits valorisant les produits du tabac et incitant à la consommation. Celles-ci étaient en directe opposition avec les dispositions légales et les objectifs de santé publique visés par l'État, et donc par le Ministère en charge de l'autorisation des revues.

Ces actions en justice participant au dessin des contours de la jurisprudence ne sont en réalité que la face émergée de l'iceberg.

L'association privilégie toujours les tentatives de mises en conformité à l'amiable. Dans la plupart des cas, celles-ci suffisent à faire respecter les dispositions légales et réglementaires et ce, dans des délais plus courts. C'est ainsi que DNF a également obtenu de l'association « P » qu'elle modifie l'accès à ses pages internet afin de mettre fin à la publicité illégale. Dans les faits, l'association a adapté son site de sorte que l'accès ne se fasse plus qu'au seul moyen d'un portail d'identification. La conséquence est que le contenu du site n'est plus accessible via les moteurs de recherche.

LA FIN DES DÉRIVES À L'INTERDICTION DE PUBLICITÉ LORS DES RETRANSMISSIONS DE COMPÉTITION DE SPORT MÉCANIQUE

L'année 2020 précédant ce rapport a été marquée par le retour dans l'actualité, des dénonciations liées aux investissements des fabricants de tabac en publicités et partenariats dans la Formule 1⁹. Ces situations, avaient, lors des deux premières décennies d'existence de la loi Evin, donné beaucoup de fil à retordre aux gardiens des dispositions. En cause, l'avenant « sports mécaniques » voté par la loi n°93-121 du 27 janvier 1993 – toujours en vigueur à ce jour – autorisait les chaînes de télévision à retransmettre en direct des compétitions de sport mécaniques, y compris celles se déroulant dans des pays où la publicité pour le tabac n'était pas interdite. Ce faisant, l'avenant introduisait en 1993 une nouvelle exception à l'interdiction de publicité.

De façon insidieuse, cette autorisation se limitant aux retransmissions en direct sur les chaînes de télévision s'est rapidement transformée en prétexte pour la reproduction de vidéographies et de photographies arborant les diverses publicités en faveur du tabac. Ces reprises d'images constituaient

donc des violations à l'interdiction de propagande et de publicité, directe et indirecte, au sens de l'article L. 3512-4 du Code de la santé publique.

Plusieurs de ces situations ont donné lieu à des procédures judiciaires dans lesquelles l'association DNF s'était constituée partie civile. C'est devant la Cour de cassation, en 2005, que s'est établie une jurisprudence constante permettant de mettre fin à ces dérives et de faire appliquer la réglementation de 1993 dans les strictes conditions qu'elle prévoit elle-même.

Même si ces dérives ont considérablement été réduites, la vigilance reste de mise. Plusieurs événements, à l'instar du reportage sur Michael Schumacher à l'occasion de son retour dans l'écurie Ferrari en 2009, réemploient les images d'archives.

Ainsi, entre 2004 et 2007, 8 revues quotidiennes ou hebdomadaires ont été condamnées en Cour d'appel et deux d'entre elles ont vu leur pourvoi en cassation rejeté. Le combat qui paraissait définitivement gagné pourrait ressurgir avec les récentes initiatives de Philip Morris et de British American Tobacco qui, soit en utilisant la tolérance des pouvoirs publics pour la publicité illégale en faveur de la cigarette électronique (Vype), soit en utilisant des artifices visuels (Mission Winnow) envahissent à nouveau le paysage médiatique de la Formule 1.



2.c

Des dispositions exemplaires

trop peu respectées

le problème est celui de leur mise en œuvre et du contrôle de leur respect

À l'heure du bilan, après trente années d'existence, le problème que rencontre la loi Evin est celui du respect et de l'application effective des outils législatifs et réglementaires. Cependant, confrontée à l'inertie voire parfois au désintérêt des agents de contrôle, les associations à but non-lucratifs ne sauraient être suffisamment équipées et vigilantes pour pleinement et durablement pallier ce manque de contrôle.

1. L'implication des agents de contrôle est limitée, dans le pouvoir et dans le vouloir

Sur un sujet aussi délicat que la lutte contre le tabagisme qui implique des acteurs divers aux moyens variés, l'absence de désignation d'une autorité spécialement en charge de veiller à la mise en œuvre de la loi et de son respect est, pour le moins, paradoxale. Dans ces circonstances, les difficultés d'application s'expliquent d'elles-mêmes.

L'AUTORITÉ EN CHARGE DU CONTRÔLE.

Pour contrôler la bonne application de la loi Evin et de la réglementation correspondante, le choix du législateur a été celui du droit commun. Autrement dit, aucune autorité en particulier n'a été spécifiquement désignée pour veiller au respect des dispositions existantes. Ainsi, l'autorité par défaut est l'officier de police judiciaire dont la mission essentielle consiste à faire respecter toutes les lois parmi lesquelles la loi Evin n'a jamais été une priorité. Les très nombreux autres agents désignés aux articles L. 3515-1 et L. 3515-2 du code de la santé publique sont en incapacité d'exercer cette mission parce qu'ils en refusent souvent le principe ou ne disposent pas des moyens, voire des directives, qui permettraient de les exercer.

Au titre de l'article L. 3515-7 du code de la santé publique, l'autorité politique s'est ainsi déchargée sur la société civile pour veiller au respect de la loi Evin. Elle a, en 2006 et en accord avec les associations, abaissé de 5ème classe en 4ème classe l'amende qui frappait les vrais fauteurs d'infractions afin que la sanction forfaitaire puisse être immédiate, donc dissuasive et sans recours à la justice. La construction du principe était parfaite, sa réalisation est calamiteuse car en l'absence d'implication des agents de contrôle, les associations sont contraintes de recourir à la justice qui s'emploie à décourager ces recours.



Les individus peuvent aussi demander le respect de la loi en déposant plainte. Mais le dépôt de plainte, s'il n'est pas déposé entre les mains du procureur de la République qui souvent les classe sans suite, doit être fait dans un commissariat ou une gendarmerie, ce qui n'est pas une démarche facile et se heurte souvent à un désintérêt affiché ou à un constat effectué dans des conditions de méconnaissance de la loi ou de tolérance excessive.

Dans l'hypothèse d'une exposition au tabagisme passif plus récurrente, notamment sur le lieu de travail, la volonté de mettre fin à une situation qui se répète est potentiellement plus susceptible de motiver la personne importunée à réagir et à demander l'application de la loi à une autorité en charge du contrôle. L'inspection du travail est le seul interlocuteur du salarié qui souhaite voir cesser une situation de tabagisme passif dans son entreprise autrement que par appel à la justice. Le nombre très réduit d'inspecteurs du travail ainsi que la culture des services de la direction du travail ne permettent pas aux innombrables victimes de tabagisme passif en entreprise d'exercer leurs droits dans des conditions normales. La direction du travail avait même demandé à ses inspecteurs (Circulaire DRT 92/23 du 9/11/92)¹⁰ de veiller à ce que l'interdiction de fumer ne figure pas dans les règlements intérieurs des entreprises.

La loi n°2016-41 du 26 janvier 2016 relative à la modernisation de notre système de santé¹¹ qui s'articule autour d'un pilier visant à « renforcer l'efficacité des politiques publiques et la démocratie sanitaire »¹² prévoit de développer les services administratifs compétents pour veiller au respect de la loi Evin. En ajoutant à la liste des fonctionnaires compétents, les agents de police municipale, elle répond au besoin de proximité identifié mais ne résout que partiellement les difficultés de mises en œuvre des outils législatifs car chacun, police nationale ou municipale, pense que la mission revient à l'autre.

INERTIE ET DÉSINTÉRÊT DES AGENTS AGGRAVENT CETTE SITUATION DE FAITS

Augmenter les moyens de contrôle est une chose, réellement les employer en est une autre. Le cas des violations récurrentes de l'interdiction de fumer sur les terrasses d'établissements de convivialité a déjà illustré plusieurs propos de ce rapport. Il est de loin, avec les entreprises, le plus représentatif de la situation française, en termes de difficultés de mise en œuvre liées au contrôle.

Pour poursuivre avec l'exemple de la société Self-Service Royal utilisé jusqu'à présent, l'association DNF n'a pas eu pour première réaction de mandater un huissier de justice pour faire constater les infractions afin de les porter à la connaissance de l'autorité judiciaire. Comme à l'accoutumée, la voie amiable est prioritairement empruntée. En 2008, l'association a expédié un courrier à l'ensemble des commissariats de France, rappelant les dispositions légales et le rôle des officiers de police judiciaire dans le respect de ces dispositions. Les réponses à ces courriers ont été rares.

A Paris, la réaction des commissariats des 4^{ème} et 11^{ème} arrondissements mérite cependant d'être soulignée, en ce qu'elle a été remarquablement à la hauteur des attentes légales. Il est simplement regrettable que la mobilisation ait été de courte durée et se soit, avec le recul, surtout apparentée à un coup d'épée dans l'eau. C'est en raison de cette situation de fait, où le contrôle est défaillant, que DNF, en tant qu'association habilitée à exercer les droits reconnus à la partie civile, est montée d'un cran en faisant constater par huissier de justice, à partir de 2010, les manquements aux obligations légales. La sanction s'étant imposée comme le seul moyen de faire appliquer des mesures destinées à faire reculer la première cause de mortalité évitable, en France

2. Le rôle de la société civile pallie certes ces restrictions, mais sans garantie du lendemain

Petits moyens et grands défis ne peuvent être considérés comme une situation durable, se suffisant à elle-même, pour veiller au respect des dispositions légales et réglementaires encadrant les produits du tabac.

LES ASSOCIATIONS À BUT NON-LUCRATIF, GARDIENNES DES DISPOSITIONS PAR LA FORCE DES CHOSSES, INVESTISSENT EN RESSOURCES HUMAINES ET FINANCIÈRES, EN PLACE ET LIEU DES AUTORITÉS COMPÉTENTES

Pour parvenir à une sanction des violations de la loi Evin, l'expérience de DNF lui permet d'affirmer que la route est extrêmement longue et coûteuse. A l'heure du présent rapport, les victoires dont la société civile peut s'attribuer le mérite ont non seulement nécessité endurance et persévérance, mais également de conséquents moyens financiers et humains. A but non-lucratif, si les associations dotées des droits reconnus à la partie civile ont été capables de s'ériger comme les gardiens de la loi Evin, c'est notamment grâce aux subventions que lui octroie régulièrement la Direction générale de la santé (DGS). Or, comme de nombreux pans de finances publiques, ces subventions diminuent et impliquent pour la société civile de devoir hiérarchiser les violations de la loi dont elle se saisit.

Dans ces circonstances, les violations effectivement portées à la connaissance de l'appareil judiciaire ne représentent qu'une partie des infractions constatées. De plus, cela se comprend aisément, les infractions constatées ne correspondent pas, non plus, à la totalité des violations réellement commises. En toute logique, les risques de sanctions en cas de non-respect sont plutôt minimes.

Au-delà de cet état de fait, concernant les infractions constatées, toutes ne sont pas sanctionnées. A la disposition de la société civile, ce sont essentiellement les constats d'huissier de justice qui permettent de matérialiser la preuve de l'infraction. Cependant, le caractère probant de la preuve est laissé à l'appréciation du juge qui ne le considère pas toujours comme démontré lorsque sa conviction est plus motivée par l'exercice de la liberté individuelle que par les enjeux de santé publique.

Moins discutable que les constats d’huissier de justice, les procès-verbaux des officiers de police judiciaire permettraient de résoudre cette problématique. Le même constat est de nouveau dressé : l’inertie des autorités compétentes pour veiller au respect de la loi Evin est la principale source des difficultés de mise en œuvre des outils législatifs.

DES SANCTIONS BIEN TROP PEU DISSUASIVES POUR ASSURER LE RESPECT DE LA LOI, LORSQU’ELLES NE SONT PAS SIMPLEMENT INVRAISEMBLABLES

La description de la réalité des associations qui comblent les manquements des autorités en charge du contrôle de la loi, ne saurait être complète sans la mention des condamnations dérisoires souvent prononcées par les juges. L’affaire DNF contre le bar à chicha « La Suite », jugée par le Tribunal de police de Dijon en date du 8 juin 2020, illustre parfaitement ce propos. La décision reconnaît la culpabilité de la gérante sur plusieurs griefs, à savoir :

- la violation de l’interdiction de fumer dans un lieu clos et couvert accueillant du public ;
- l’absence de signalisation de l’interdiction de fumer dans un lieu affecté à un usage collectif ;
- la mise à disposition des fumeurs d’emplacement non conforme dans un lieu affecté à un usage collectif.

Pour condamnation finalement, le tribunal prononce une amende à hauteur de 200 euros et prévoit également une possible minoration de cette amende de 20%, sur le fondement de l’article 707-3 du Code de procédure pénale.

En toute objectivité, les sommes prononcées par les tribunaux sont, et ont souvent été, peu dissuasives. Dans le cas des violations à l’interdiction de promotion et de publicité en faveur du tabac ainsi que de ses produits et ingrédients, le contraste entre les montants des condamnations et les budgets publicitaires des grandes compagnies du tabac, est encore plus marqué.

Plus alarmant encore, parfois, les décisions de l’appareil judiciaire sont invraisemblables. Pour conclure sur l’exemple de la société Self-Service Royal, la fin de cette procédure revêt ici toute son importance. 10 années de procédures pour cet établissement et pour 3 autres terrasses en infraction condamnées par la même Cour de cassation, est-ce bien raisonnable ? L’action des forces de police faite dans des conditions normales aurait permis d’éviter ce marathon coûteux, épuisant et rendu inefficace par les atermoiements de la justice.

Au regard de ces éléments et compte tenu du fait que les autorités de contrôle normalement compétentes ne veillent pas régulièrement au respect des dispositions applicables et qu’en parallèle, les associations aux moyens de plus en plus réduits se retrouvent confrontées à des processus judiciaires tout aussi longs qu’incertains pour n’obtenir que des peines dérisoires peu dissuasives, la situation en 2021 ne permet en rien d’espérer une meilleure mise en œuvre de la loi Evin, dans ces conditions.

2.d

Le manque de contrôle en apparence

paradoxal par rapport aux enjeux de la loi

s’explique par la symbolique de la loi

Première cause de mortalité évitable en France, le tabagisme est un ennemi de taille.

Les dispositions de lutte contre le tabagisme que contient la loi Evin devraient, en toute logique, se donner les moyens de pouvoir réagir contre les comportements abusifs ayant pour conséquence la mise en danger de la santé d’autrui. La partie précédente de ce chapitre, consacrée au contrôle, a montré que ce n’était souvent pas le cas.

Cette partie revient à la philosophie de la loi afin d’envisager des axes d’amélioration pour le respect des dispositions existantes.

1.

La volonté d'influencer les comportements requiert davantage prévention et sensibilisation, plutôt que répression

En l'absence de désignation d'une autorité spécifique de contrôle de la loi Evin, le législateur a probablement préféré donner place à une autorégulation des comportements plutôt que de les réprimer. Dans cette perspective, la démarche répressive est écartée au profit des efforts de changements sociétaux. Encore faudrait-il qu'une fois l'opinion publique convertie au changement, le pouvoir politique mette en place une législation adaptée. L'exemple des pollutions tabagiques de voisinage, désormais condamnées par deux tiers de la population ne permet toujours pas de jouir de son logement sans risquer de voir son quotidien empesté par la fumée de tabac; les terrasses découvertes des cafés et restaurants, les files d'attente, les abribus, les gradins de stade sont toujours des lieux où seul le hasard vous permet de ne pas subir le désagrément et le risque du tabagisme passif.

LES CHANGEMENTS DE COMPORTEMENT VISÉS SONT APPRÉHENDÉS EN DEHORS DU CADRE RÉPRESSIF

Le tabagisme est un problème de santé publique qui divise la société. À l'échelle individuelle, ce sont les fumeurs et les non-fumeurs qui se distinguent et parfois même, s'opposent. À d'autres échelles, ce sont les corps de métiers et diverses parties prenantes aux intérêts divergents qui se confrontent. Quoi qu'il en soit, le tabagisme divise et c'est cette considération qui constitue la clé de voûte des dispositions ayant transcendé les trois dernières décennies.

Pour atteindre les objectifs de santé publique visés par les dispositions de la loi Evin, accentuer les clivages aurait été contre-productif.

En 1991, la loi Evin innove par rapport à la loi Veil de 1976 en introduisant concrètement des mesures visant à protéger contre l'exposition au tabagisme passif. En ce sens, c'est responsabiliser les fumeurs et les non-fumeurs vis-à-vis des risques liés à la fumée de tabac qui est visé et considéré comme gage d'efficacité. La sanction massive des fumeurs est exclue. Cette démarche aurait d'ailleurs complètement desservi le message des acteurs impliqués dans la lutte contre le tabagisme : ce n'est pas d'une lutte contre les fumeurs dont il s'agit, mais bien d'une lutte contre un fléau de santé publique favorisé par des pratiques immorales qu'il convient de faire cesser.

Bien évidemment, les bénéfices liés au tabagisme se chiffrent en milliards d'euros, les géants de l'industrie du tabac ne renonceront pas à leur fonds de commerce. S'imposer comme le contre-poids de ces acteurs et limiter leurs possibilités était donc une nécessité. Protéger et pour cela, informer et prémunir leurs cibles contre les stratégies déployées à leur rencontre demeure un corollaire indispensable.

LES ACTIVITÉS D'INFORMATION ET DE SENSIBILISATION DE DNF

Médiatisée à l'occasion des décisions de justice, c'est surtout au travers de ses actions conduisant à la sanction que l'association DNF est connue du grand public. Or, la mission prioritaire qu'elle s'est fixée et que la Direction générale de la santé lui confirme chaque année, n'est pas celle-ci. DNF s'attache principalement à informer et à aider de manière individualisée à la compréhension des dispositions légales et réglementaires existantes. Gratuitement, elle répond au moyen d'un module de questions réponses sur son site internet depuis 2004, à toute personne confrontée à une problématique liée au tabagisme, particuliers comme professionnels, fumeurs comme non-fu-

meurs. C'est ainsi que l'association conseille notamment les responsables d'établissement proposant la consommation de narguilé, sur leurs obligations légales et les moyens de les mettre en œuvre.

Dans son travail quotidien, les échanges avec les autres acteurs de la lutte contre le tabagisme, intervenant en France et à l'étranger, sont également un moyen de maximiser les opportunités de réduction du tabagisme.

Au-delà, l'association publie et diffuse des supports informatifs divers explicitant les obligations légales et formulant des recommandations pour en assurer la bonne application. C'est d'ailleurs dans ce cadre qu'elle propose le présent rapport.

2.

Dans la continuité de l'esprit de la loi, c'est le contexte qu'il faut cibler pour changer l'acte

C'est en capitalisant sur les moyens et les forces disponibles que la lutte contre le tabagisme sera efficace. Les changements de comportement sont complexes et ne sauraient intervenir sous la contrainte. L'évolution des mentalités depuis 1991 montre que la philosophie de la loi n'est pas utopique et permet le rapprochement vers l'objectif de santé publique visé.

LES POLITIQUES PUBLIQUES DE LUTTE CONTRE LE TABAC POUR RENOUVELER LE MESSAGE

Avec une prise de recul sur ces trente dernières années, c'est l'accompagnement des outils législatifs par une réelle volonté politique qui est remarquable. Déclarée en 2003 par l'ancien Président de la République, Jacques Chirac, la guerre contre le tabac a connu un nouvel essor en 2014.

Le 25 septembre 2014, Marisol Touraine, alors Ministre des affaires sociales et de

la santé, lançait le Programme national de réduction du tabagisme 2014-2019 (PNRT). A l'issue de celui-ci, l'objectif était d'avoir fait baisser la prévalence tabagique de 10%, en France. Pour cela, trois axes prioritaires étaient mis en avant :

- la protection des jeunes contre l'entrée dans le tabagisme ;
- l'aide au sevrage tabagique à l'adresse des fumeurs ;
- l'action sur l'économie du tabac.

Entre 2014 et 2019, le premier axe a été concrétisé à travers l'adoption du paquet neutre, l'interdiction légale de fumer en présence d'un mineur en voiture et dans les aires de jeux pour enfants et finalement, l'encadrement de la publicité pour les cigarettes électroniques. Pour le second, une des mesures phares a été l'amélioration du remboursement des substituts nicotiques. Enfin, pour le troisième, un Fonds de lutte contre les addictions a été créé ; il permet aujourd'hui à la société civile de mener davantage d'actions de sensibilisation à l'adresse du grand public. Ce sont également la lutte contre le commerce illicite et la transparence sur les activités de lobbying de l'industrie du tabac qui ont été renforcées pour agir sur l'économie du tabac.

Au terme de ces cinq années d'engagement politique, l'objectif de réduction tabagique a effectivement été atteint, puis renouvelé et adapté avec le Programme national de lutte contre le tabac 2018-2022 (PNLT) mis en place par Agnès Buzin. Articulé autour des mêmes axes et innovant avec la surveillance, l'évaluation, la recherche et la diffusion de connaissances relatives au tabagisme, le PNLT poursuit lui aussi des objectifs de réduction tabagique. A l'horizon 2032, l'objectif sur le long terme est celui de la première génération d'adultes sans tabac, c'est-à-dire, pour les enfants nés en 2014 et après, une prévalence tabagique inférieure à 5%, en 2032.



Dans le cadre des projets financés par le Fonds de lutte contre les addictions, DNF intervient auprès des restaurateurs et de leur clientèle avec le projet « Ma terrasse sans tabac » qui a pour objectif de répertorier les terrasses en conformité avec la législation et allant au-delà en proposant des espaces non-fumeurs normalement non-soumis à l'interdiction de fumer.

A nouveau, l'objectif étant de responsabiliser plutôt que de devoir sanctionner en dernier recours. Poursuivant l'objectif de prémunir contre les stratégies des géants du tabac, DNF porte également les projets « Génération sans tabac » et « Rentre dans le game ».

A destination de corps de métier plus particuliers et dans des régions déterminées, l'association intervient également pour la formation des professionnels de santé aux méthodes de sevrages tabagiques et pour la formation des professionnels de l'hôtellerie-restauration aux risques liés aux addictions et poly-consommation de substances addictives.

LA COOPÉRATION ET LE SOUTIEN MUTUEL DES ACTEURS ENGAGÉS DANS LA LUTTE CONTRE LE TABAGISME

Au-delà de ses actions au sein de l'ACT en France et de l'ENSP en Europe, DNF réalise une expérience assez rare en France. En parfaite collaboration avec certains commissariats alpins et bourguignons, une quinzaine de bars à chicha ont dû se mettre en conformité ou fermer. Au moyen du constat établi par un agent de police judiciaire, DNF se porte partie civile contre les infractions commises par ces établissements. Ce type de collaboration est l'exemple même de ce que devrait se pratiquer au quotidien.



2. La jurisprudence sur le respect de la loi Evin durant ses 30 années d'existence

En résumé

- La loi Evin, remise en selle par son décret de 2006, souffre d'une grave défaillance de contrôle par les autorités compétentes, ce qui explique le caractère incessant des violations aux interdictions de fumer et de promotion des produits du tabac.
- Les victoires obtenues ces trente dernières années par la société civile seront, de toute évidence, les combats qu'elle devra mener à l'avenir concernant le narguilé, le tabac chauffé adoubé par le marketing de la cigarette électronique.
- L'implication de la société civile a obtenu de la Cour de Cassation qu'elle confirme une interprétation de la loi conforme à la volonté et à l'objectif du législateur. Cette avancée a permis de préciser la notion de promotion en faveur du tabac ainsi que celle de lieu fermé et couvert contenues dans les dispositions réglementaires.
- La symbolique forte de la loi Evin qui s'attache à faire évoluer durablement les comportements plutôt qu'à les sanctionner est un élément bien souvent négligé qu'il convient de remettre au goût du jour pour lutter efficacement contre le tabagisme.

3 Le tabagisme, un fléau sanitaire

3.a L'évolution du tabagisme au fil des renforcements

1. Les années 70-90, l'installation d'un tabagisme important en France
2. La Loi Evin a eu peu d'effet sur les consommateurs car elle a été dénaturée par son décret de 1992
3. Le Plan cancer, la guerre au tabac est déclarée
4. La nouvelle remontée du tabagisme

3.c L'évolution du tabagisme au fil des renforcements

1. Continuer à offrir plus de protection contre la fumée de tabac
2. Dénormer et rendre moins accessible le tabac, un enjeu majeur pour les nouvelles générations

3.b Femmes et adolescents, une cible prioritaire pour l'industrie du tabac

1. Rendre féminin le tabagisme
2. Le tabagisme féminin, un véritable problème de santé publique
3. Freiner le tabagisme des jeunes, un enjeu majeur

3.a

L'évolution du tabagisme au fil des renforcements

Dès les premières perceptions des dangers du tabac, la prévalence du tabagisme en France a connu une longue période de baisse jusqu'aux années 1990 où la consommation a commencé à stagner. La France, pourtant pionnière, notamment dans le cadre législatif, peine à atteindre le niveau de ses ambitions en matière de prévalence tabagique.

Les années 70-80

L'INSTALLATION D'UN TABAGISME IMPORTANT EN FRANCE

Fumeuses / fumeurs réguliers



44%
en 1953
29%
en 1991

La loi du 9 juillet 1976 dite Loi Veil met un frein clair à la consommation de tabac. La prise de conscience de la dangerosité des produits du tabac permet ainsi d'aboutir à la première loi encadrant la publicité mais aussi aux premières mentions sur les paquets de cigarettes relatives à leur composition.

Alors que la consommation de tabac était en constante hausse (près de 72% de fumeurs réguliers chez les hommes en 1953¹), elle commence progressivement à baisser à partir du milieu des années 1970 pour se stabiliser autour de 39% chez les hommes en 1991. Néanmoins, alors que la courbe masculine continue de baisser de manière importante, les femmes semblent adopter le mode de consommation de tabac des hommes en fumant toujours plus. Ainsi, la proportion de femmes fumeuses continue d'augmenter et dans la totalité des tranches d'âge² (16% en 1980 contre 21% en 1992) avec une très forte évolution entre 1953 et 1991 atténuant considérablement les écarts entre les sexes.

Très rapidement apparaît une inégalité de consommation de tabac en fonction du profil sociologique de l'individu. On observe ainsi une plus grande proportion de fumeurs chez les ouvriers et les personnes inactives sans emploi. Les cadres semblent se détourner du tabagisme petit à petit y compris chez les femmes. Les condi-

tions socio-économiques pèsent donc bien dans le statut tabagique de l'individu et plusieurs études démontrent que l'on est d'autant plus enclin à fumer quand on se situe au bas de l'échelle sociale. La proportion de fumeurs augmente de manière significative chez les ouvriers quand elle baisse chez les cadres et professions intermédiaires. Ces populations plus sensibles au stress et à la précarité seraient donc plus vulnérables à l'addiction au tabac.

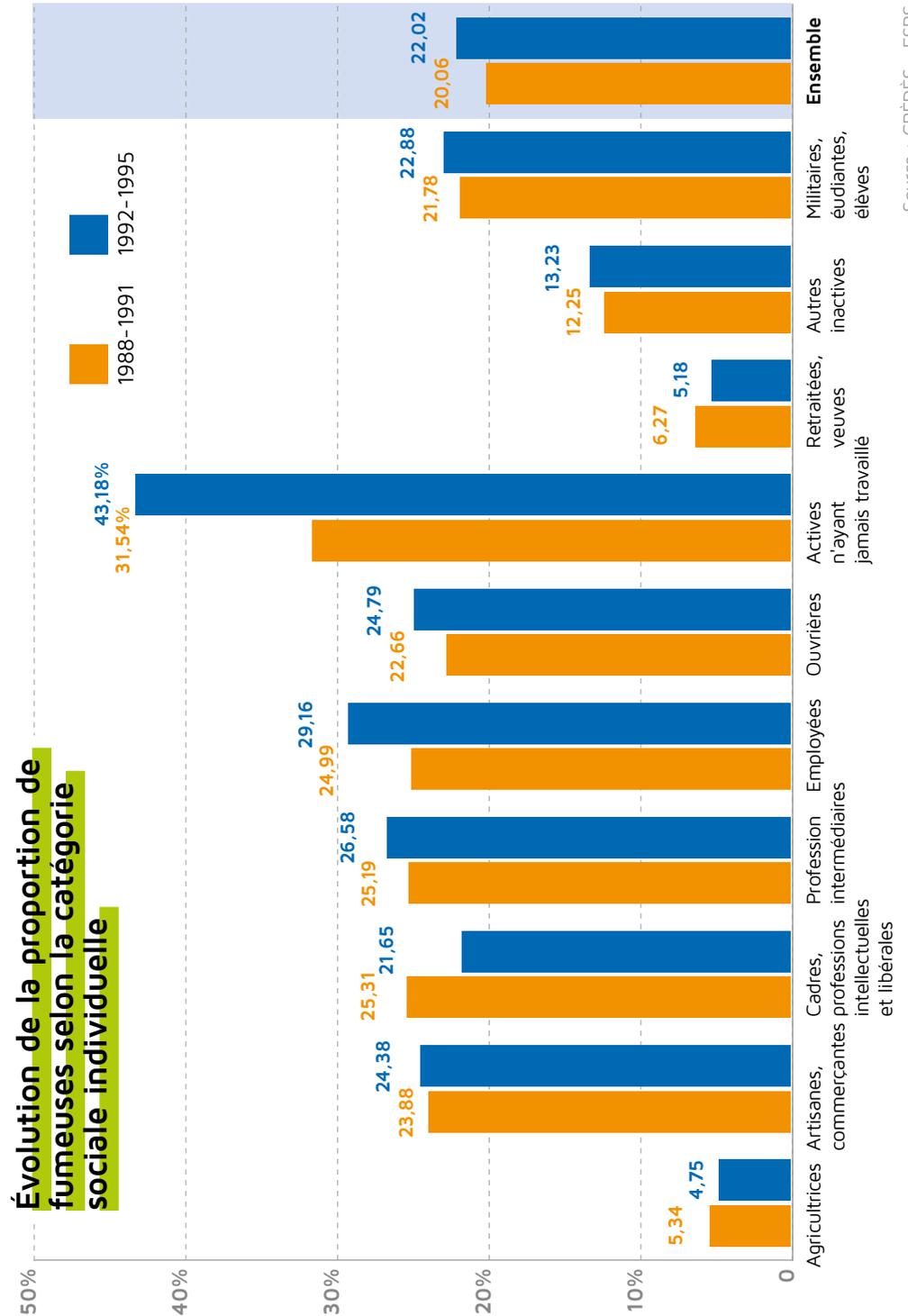
L'année 1991

LA LOI EVIN A EU PEU D'EFFET SUR LES CONSOMMATEURS CAR ELLE A ÉTÉ DÉNATURÉE PAR SON DÉCRET DE 1992

1991, marque un tournant dans la lutte contre le tabagisme avec les premières volontés politiques d'agir contre le tabac. La loi Evin réaffirme l'interdiction de propagande ou de publicité en faveur du tabac qu'elle soit directe ou indirecte mais introduit l'interdiction de fumer dans les lieux à usage collectif. Son décret d'application du 29 mai 1992 réduira considérablement le périmètre de la loi en permettant d'inverser la norme applicable aux lieux à usage collectif. De lieux non-fumeurs dans lesquels pourraient éventuellement être installés des espaces affectés à la consommation de tabac, ces lieux à usage collectif deviendront, jusqu'en 2008, des espaces fumeurs à l'intérieur desquels les espaces protégés du tabac seront aussi restreints que mal protégés.

La loi Evin, comme le souligne le rapport du credoc², est une loi de protection du non-fumeur mais en légiférant, le gouvernement entend démontrer la dangerosité du tabac ainsi que celle de l'exposition au tabagisme passif, une notion encore peu envisagée.

Évolution de la proportion de fumeuses selon la catégorie sociale individuelle



La consommation de tabac a continué à baisser chez les hommes à la suite de la loi Evin mais dans des proportions moins importantes. Il est difficile d'attribuer cette baisse au renforcement de l'interdiction de publicité ou à la nouvelle interdiction de fumer, qui d'ailleurs sera très inégalement appliquée.

2003 - 2006

LE PLAN CANCER, LA GUERRE AU TABAC EST DÉCLARÉE

Il aura fallu attendre 2003 pour que Jacques Chirac lance «la guerre au tabac» dans le cadre du premier Plan Cancer. La décennie qui suit restera décevante avec une entrée dans le tabagisme toujours importante et une consommation féminine qui inquiète.

Les effets des mesures prises dans ce plan auront permis des hausses de prix fortes et répétées (+ 42% entre 2002 et 2004) ainsi que l'interdiction de vente des paquets de moins de 10 cigarettes afin de rendre le tabac moins accessible pour les jeunes. Les premiers résultats de ces hausses répétées de prix, en 2003 et 2004, n'ont pas tardé à se faire sentir avec 1 million de fumeurs en moins en 2 ans soit une prévalence déclarée de 33,2% en 1999 passée à 29,9% en 2004.

La France confirme sa volonté d'agir fortement contre le tabac en ratifiant la convention cadre de l'OMS, premier traité antitabac qui rassemble 182 pays. Le gouvernement s'engage ainsi à mener des mesures fortes pour freiner l'épidémie de tabagisme.

La demande pour une meilleure protection contre la fumée de tabac est de plus en plus forte. L'association DNF, grâce à son site internet, répond alors quotidiennement à des dizaines de questions de victimes du tabagisme.

Début 2006, l'IGAS (Inspection générale)

Dans une publication du BEH n°22, Catherine Hill et Agnès Laplanche³ indiquent ainsi qu'il est naturellement impossible de dire quelle est la part attribuable à chacune des actions anti-tabac dans ces baisses et estiment que c'est certainement un tout : les actions législatives, les campagnes, malgré les faibles moyens alloués, et les augmentations de prix.

Chez les femmes, le tabagisme ne progresse plus non plus mais ne décroît pas. Rentrée avec près de 50 ans de retard dans le tabagisme par rapport aux hommes, les femmes les ont rattrapés très rapidement y compris en nombre de cigarettes fumées quotidiennement notamment parce que la moyenne de cigarettes fumées par jour chez les hommes diminuait dans le même temps.

Malgré l'interdiction de la publicité qui prive les industriels d'une communication importante auprès des publics cibles comme les adolescents, la jeunesse française continue de figurer parmi les mauvais élèves avec une prévalence qui reste l'une des plus importantes d'Europe.

Jusqu'en 2002, le tabac reste ainsi la norme dans les lieux fermés et couverts à usage collectif avec pourtant une forte adhésion aux volets de la loi Evin. En effet, 7 personnes sur 10 apprécient chacun des volets de la loi⁴ qui s'applique pourtant inégalement sur le territoire. Les Français prennent petit à petit conscience des dangers du tabagisme passif et demandent crescendo une meilleure protection de leur environnement.



i En 2004, l'INPES lance la campagne « Tas de cigarettes » avec une signature simple : « Quand vous fumez à côté d'un non-fumeur, il fume aussi ». Certes, cette campagne aura bénéficié d'un achat média très important, mais elle aura aussi marqué la population française. En effet, étudiée grâce à un post test⁵, cette campagne de prévention aura connu le plus fort taux de mémorisation (49%) et de reconnaissance (91%) de toute les campagnes entreprises jusqu'alors par l'institut.

Après l'Irlande, en janvier 2005 l'Italie instaure l'interdiction de fumer dans les lieux fermés à usage collectif, accentuant la demande forte des Français d'être mieux protégés. Déjà, le baromètre santé de l'INPES démontrait que 7 Français sur 10 se disaient incommodés par la fumée de tabac.

rale des affaires sociales) recommande une interdiction de fumer dans les lieux accueillant du public en s'appuyant notamment sur l'exposition des Français au tabagisme passif (1.1 millions de salariés)⁶, sur la nocivité avérée du tabagisme passif, sur les exemples étrangers comme ceux de la Suède et de l'Italie ainsi que sur les projets annoncés au Royaume-Uni et en Espagne. Le rapport pointe également la toute récente remontée du tabagisme, notamment causée par le moratoire sur les prix du tabac en 2004, et invite la France à réagir vite.

avec la décennie précédente reste saisissant. En revanche, cette mesure aura eu un impact limité sur la consommation des Français qui repartait à la hausse. Alors qu'en 2004 la Loi de santé publique ambitionnait 25% de prévalence chez les hommes et 20% chez les femmes, le nombre de fumeurs est reparti à la hausse de manière préoccupante.

Les inégalités se sont creusées avec 51,1% des chômeurs qui fumaient en 2010 (44% en 2004) contre 33% des actifs et la prévalence tabagique chez les jeunes augmentait dans toutes les tranches d'âges, y compris chez les plus jeunes (11 ans). Le tabagisme restait un marqueur social. Plus on était pauvre, plus le risque de fumer était grand.

Enfin, la France pionnière de la lutte contre le tabagisme, dévissait dans le classement des pays de l'OCDE et devient l'un des 8 pays affichant les plus grands pourcentages de fumeurs dans sa population.

Ces très mauvais résultats viennent d'une absence de vision que dénonçait notre association dès 2009 tant les détournements de la législation étaient fréquents. Les augmentations de prix, bien insuffisantes espacées et faibles, n'auront eu aucun effet sur la prévalence française. Les plaintes des internautes sur le retour du tabagisme dans les lieux où l'on ne fumait plus inquiétaient fortement l'association qui médiatisait cette évolution sans pour autant entraîner de réaction de la part des décideurs.

Cette absence de volonté politique très marquée aura permis d'effacer tous les bénéfices du précédent quinquennat.

Depuis 2014

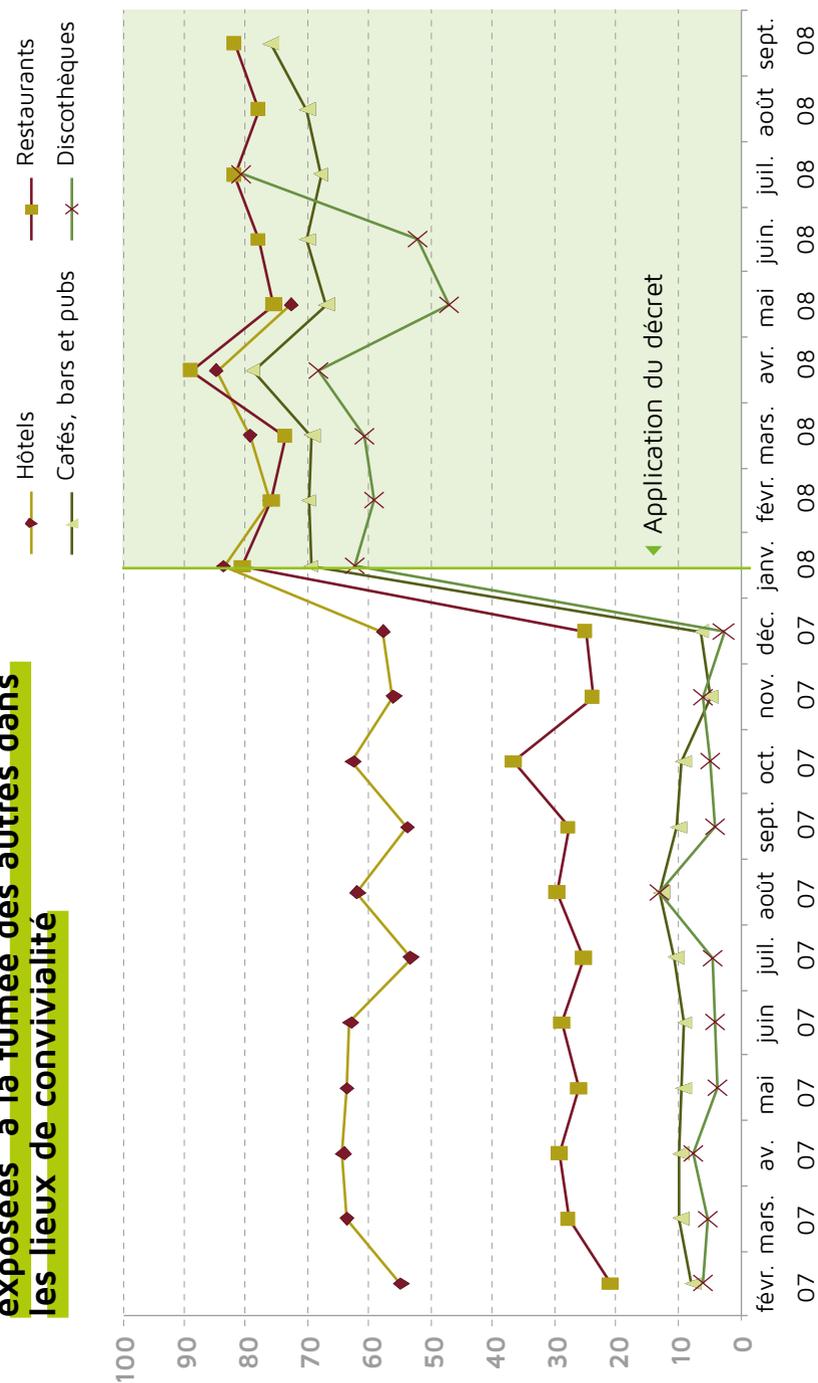
2007 - 2013

LA NOUVELLE REMONTÉE DU TABAGISME

L'interdiction de fumer entrée en vigueur en 2007, plus claire et plus précise que celle qui découlait du décret de 1992, a permis de protéger massivement la population contre la fumée subie.

Même si tout n'était pas parfait, le contraste

Personnes déclarant «ne jamais» être exposées à la fumée des autres dans les lieux de convivialité



LE PNRT ET LE PNLT MARQUENT UNE NOUVELLE AMBITION POUR LA FRANCE

Les années suivent et se ressemblent. Les fumeurs sont toujours aussi nombreux, les augmentations de prix trop faibles. Le Plan national de réduction du tabagisme 2014-2019 éclaire un avenir qui s'annonçait bien sombre. En s'appuyant sur 3 axes :

la protection des plus jeunes ;

l'aide à l'arrêt ;

l'action sur l'économie du tabac ;

le gouvernement entendait faire tomber drastiquement la prévalence tabagique.

L'objectif d'une première génération sans tabac est alors annoncé pour 2032, un concept qui plaît dans de nombreux pays.

Ce plan permettra ainsi, notamment grâce à l'investissement des associations antitabac, d'obtenir de très belles avancées comme le paquet neutre, l'interdiction de fumer dans les aires de jeux et dans les voitures en présence de mineurs.

La création du premier fonds de lutte contre le tabac permet aussi d'allouer des moyens considérables dans la prévention contre le tabac qui jusqu'ici était le parent pauvre de la prévention. En effet, les moyens alloués à la lutte contre le tabagisme étaient particulièrement faibles avec un investissement annuel par habitant de 0,08 euros alors que certains pays n'hésitaient plus à investir près de 10 euros par habitant.

Suggéré dès 2013 par Michèle Delaunay⁷, en 2017 le paquet à 10 euros est annoncé comme un objectif pour 2020. Le nouveau Plan National de Lutte Contre le tabagisme fixe la feuille de route jusqu'en 2022 avec des ambitions fortes :

” D'ici 2022, abaisser à moins de 22% la part des fumeurs quotidiens chez les 18-75 ans.
D'ici 2022, abaisser à moins de 20% la part des fumeurs quotidiens chez les adolescents de 17 ans. ”

Ces deux plans ambitieux ont permis de dénormaliser en partie le tabac auprès des jeunes et d'en restreindre l'accès à cette population sensible, mais aussi de mieux accompagner les fumeurs vers le sevrage avec une augmentation de la prise en charge du sevrage, avec des campagnes d'envergure comme le #Moisanstabc aux résultats très encourageants et avec une intensification des consultations en tabacologie. La France se prépare pour atteindre son objectif ambitieux qui n'est plus très loin.

Depuis la mise en place du PNLT 2018-2022, la proportion de fumeurs est passée de 29,4% en 2016 à 24% en 2019, une baisse de 5,4 points, soit 18% de fumeurs réguliers en moins, un niveau bas de prévalence jamais atteint en France !

Néanmoins, et même si la baisse est continue depuis 2014, près d'un quart des Français de 15 à 75 ans fument encore quotidiennement en 2019, ce qui justifie pleinement la poursuite des efforts de lutte anti-tabac. Les 30 dernières années démontrent qu'un relâchement peut annuler rapidement la dynamique des meilleures campagnes.

3.b

Femmes et adolescents, une cible prioritaire pour l'industrie du tabac

L'industrie l'a très vite compris. Le tabagisme ne doit pas être réservé qu'aux hommes.

Les femmes comme les jeunes peuvent potentiellement augmenter le nombre de clients. Et comme toute entreprise, les fabricants ont mis au point des stratégies commerciales et marketing pour assurer la pérennité de leurs revenus. En axant ses communications très efficaces sur ces deux cibles, jugées prioritaires, l'industrie parviendra-t-elle à ses fins ?

Depuis près de 20 ans, les acteurs de la lutte contre le tabac démultiplient leurs efforts pour que ces deux populations se détournent du tabac.

1. Rendre féminin le tabagisme

Dans les années 1920, les fabricants de tabac ont jeté leur dévolu sur une nouvelle cible marketing : les femmes. En effet, le marché masculin était presque saturé et le marché féminin s'avérait très prometteur. D'ailleurs, en 1928, le Président d'American Tobacco écrit dans un document interne « C'est une mine d'or juste devant votre jardin ».



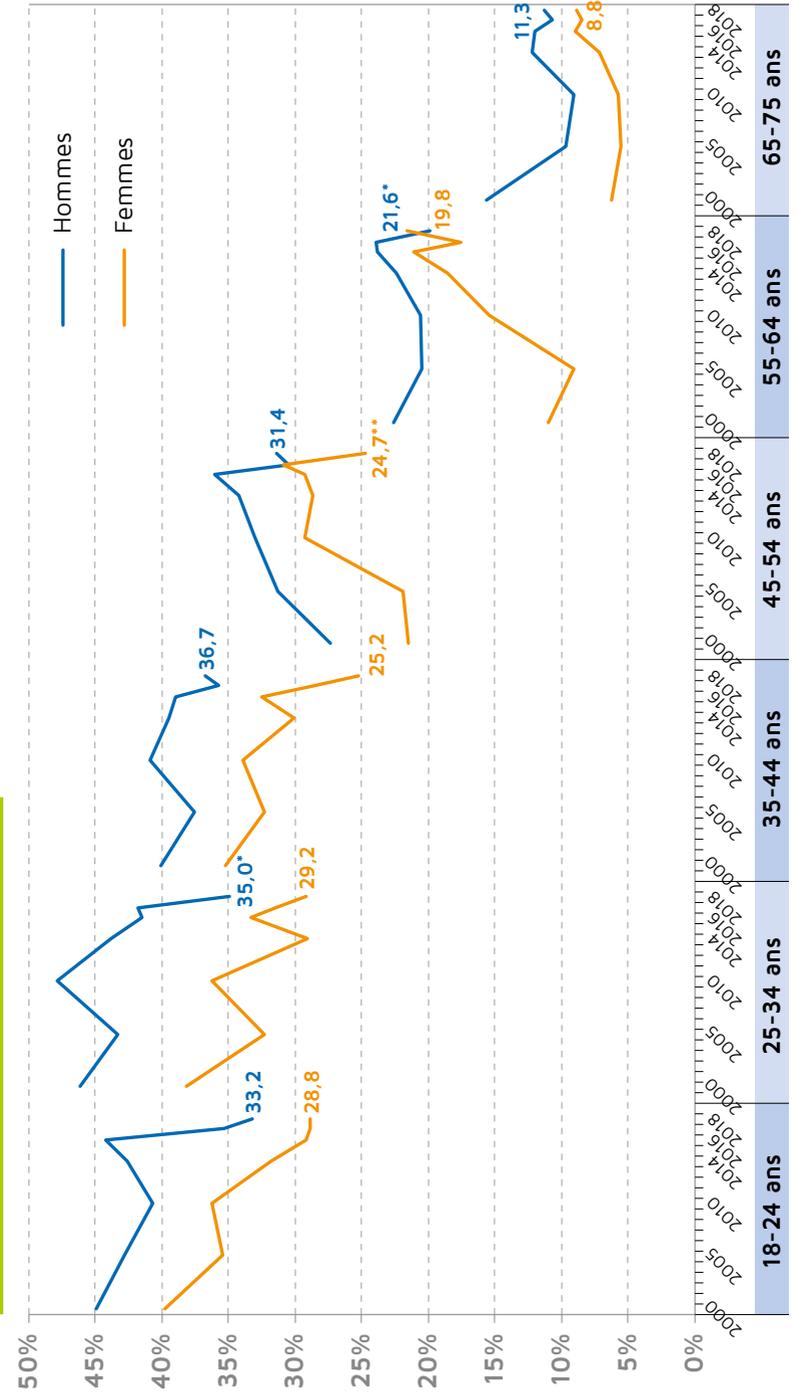
A cette époque, le tabagisme chez la femme n'est pas acceptable et socialement très mal vu. Les efforts des industriels se porteront sur la banalisation du tabagisme chez la femme mais aussi sur l'attractivité de la cigarette désirable grâce à des réclames très ciblées. Lors de la seconde guerre mondiale, les femmes ont remplacé les hommes partis au front dans les usines aux Etats-Unis. Les industriels se sont engouffrés dans la brèche en y voyant une véritable opportunité. C'est à cette époque, qu'on a vu apparaître des publicités clamant que « puisque celles-ci étaient devenues les égales des hommes, elles pouvaient fumer tout autant qu'eux. »

Dès lors le tabagisme est devenu le porte-drapeau de la modernité et de la liberté mais aussi un accessoire de mode pour devenir encore plus glamour. Les industriels ont d'ailleurs imaginé leurs produits pour lever certains freins à la consommation et rendre les cigarettes encore plus désirables avec un bon nombre de produits

dérivés et spécifiquement dédiés aux femmes comme les cigarettes aromatisées ou les cigarettes « slim ». Parmi les symboles les plus souvent associés à la cigarette et à certaines marques en particulier, on retiendra le chic et l'élégance, la sophistication et le style, le luxe, la classe et la distinction, le charme, le plaisir et la réussite, et, dernier point mais non des moindres, la minceur. En étudiant la cible, l'industrie a su proposer des produits et des marques en lien avec les aspirations des femmes pour en séduire de plus en plus.

En France, le tabagisme féminin continue d'augmenter jusqu'au début des années 1990 et plus récemment entre 2005 et 2010. C'est d'ailleurs à cette époque que DNF sensibilise certains magazines féminins aux risques encourus pour « propagande en faveur du tabac ». En effet, des grands titres français ajoutaient des cigarettes dans leurs pages modes et notamment celles avec des femmes influentes qui dans leur interview expliquaient que le geste de fumer était particulier, beau et « classe ».

Prévalence du tabagisme (%) quotidien selon l'âge et le sexe en France entre 2000 et 2018



Sources : Baromètres santé 2000, 2005, 2010, 2014, 2016 et Baromètres de Santé publique France 2017 et 2018, Santé publique France. Les * indiquent une évolution significative entre 2017 et 2018 : * p<0,05 ; ** p<0,01. Les prévalences indiquées correspondent à l'année 2018.

Les dernières données 2020 laissent apparaître une véritable baisse du tabagisme féminin dans toutes les tranches d'âges. Une bonne nouvelle chez les jeunes femmes qui connaissent désormais des baisses régulières mais à des niveaux toujours très élevés.

2. Le tabagisme féminin, un véritable problème de santé publique

A consommation égale, la femme semble plus sensible aux méfaits du tabagisme avec une augmentation très nette de la mortalité féminine liée au tabac, d'autant plus que les femmes qui s'y mettent ont tendance à poursuivre leur tabagisme. Alors que la mortalité liée au tabagisme diminue d'année en année chez les hommes depuis 20 ans⁸, celle des femmes a doublé avec des prédictions plutôt sombres pour les années à venir.

LES MALADIES CARDIOVASCULAIRES EN FORTE HAUSSE

Le tabagisme est le facteur de risque dominant chez les femmes présentant un infarctus du myocarde avant 50 ans. Selon la fédération de cardiologie, les hospitalisations pour infarctus du myocarde ont augmenté de 5% par an chez les femmes de 45 à 54 ans et plus du quart des décès par maladie coronaire chez les femmes de 35 à 49 ans étaient attribuables au tabac entre 2000 et 2015.

Toujours dans la même tranche d'âge, le tabagisme est le principal facteur d'accident vasculaire cérébral chez les femmes et

les hospitalisations pour anévrisme de l'aorte abdominale ont augmenté de 3% par an chez les femmes de 55 à 64 ans entre 2000 et 2013. De plus, à consommation égale, les femmes fumeuses ont un risque majoré de 25% de maladies coronaires. La femme est particulièrement sensible aux méfaits cardiovasculaires du tabac notamment lors de l'association tabagisme / pilules contraceptives ; une femme s'expose à un risque d'AVC multiplié par 4 en fumant sous contraception progestative.

Enfin, il n'y a pas de petit tabagisme sans risque. L'impact cardiovasculaire est toujours présent même pour des niveaux faibles de consommation. En effet, on estime que le risque d'une consommation moyenne d'une cigarette par jour a été évalué égal à la moitié de celui de la consommation de vingt cigarettes. C'est pourquoi il est impératif d'arrêter totalement le tabac.

LES CANCERS DU FUMEUR SE FÉMINISENT.

Le cancer du poumon a longtemps été masculin. Cependant, avec l'augmentation de la prévalence tabagique chez la femme, le cancer du poumon se féminise. Entre 2000 et 2014, la mortalité par cancer du poumon a augmenté de 71% chez les femmes alors qu'elle a diminué de 15% chez les hommes. La part des décès féminins liée au tabac est en progression du fait du développement du tabagisme des Françaises au cours des quarante dernières années. Il ne faut jamais oublier que le temps de latence entre la consommation de tabac et les premiers symptômes de cancer liés au tabac est de plusieurs dizaines d'années. On estime ainsi que le cancer du poumon deviendra à très court terme plus mortel que le cancer du sein chez la femme.

Le tabagisme féminin n'engendre pas seulement le cancer du poumon mais reste un facteur de risque avéré dans près de 16 cancers dont certains sont en progression chez les femmes comme la vessie, le rein, le pancréas, le col de l'utérus, et les voies aéro-digestives supérieures etc.

Selon Valérie Olié, épidémiologiste et participante à une étude sur la mortalité féminine liée au tabac⁹, le pourcentage de décès attribuables au tabac chez les femmes montre une très forte progression depuis l'année 2000 avec un taux de croissance annuel moyen continu de 6% entre 2000 et 2014 (contre une baisse de 1% pour les hommes). Pour la BPCO (Bronchopneumopathie chronique obstructive) le taux de patients hospitalisés pour une exacerbation a doublé chez les femmes entre 2002 et 2015 alors qu'il n'a augmenté que de 30% chez les hommes et la mortalité a augmenté de 3% chez les femmes alors qu'elle a diminué de 21% chez les hommes.

LES FRANÇAISES SONT TRÈS NOMBREUSES À FUMER PENDANT LEUR GROSSESSE.

Le tabagisme a des conséquences sur l'ovulation, la fécondation et l'implantation de l'embryon. Il trouble le cycle menstruel, il agit sur la qualité des ovules qui présente ainsi des anomalies. En agissant sur l'endomètre, il peut empêcher l'embryon de bien s'implanter dans l'utérus. Chaque année, des milliers de couples sont confrontés aux échecs de fécondation du seul fait du tabac.

En 2016, l'Enquête nationale périnatale (ENP)¹⁰ révélait que seule une femme sur deux modifiait ses habitudes de consommation lors de sa grossesse : si la prévalence tabagique s'élevait à 30% avant la grossesse, les femmes étaient encore 16,2% à fumer au moins une ciga-

rette par jour au cours du 3ème trimestre. Ces faits sont encore plus marqués dans les ménages en situation précaire où 29.7% des femmes fument au moins une cigarette par jour au 3ème trimestre et où 10.4% sont consommatrices d'au moins 10 cigarettes par jour. Ces prévalences, particulièrement hautes, font de la France l'un des plus mauvais élèves d'Europe concernant le tabagisme durant la grossesse.

La consommation de tabac durant la grossesse représente toujours un risque important de complications diverses. Les substances toxiques présentes dans le tabac touchent les ovocytes de la femme et altèrent le bon développement du fœtus car ce dernier évolue dans un liquide amniotique pollué.

La littérature scientifique concernant les effets du tabagisme maternel sur la santé du fœtus et du nourrisson fait état d'une augmentation statistiquement significative de malformations¹¹, de complications lors du déroulement de la grossesse (hémorragies gravidiques par placenta prævia, hématomes rétro-placentaires, avortements spontanés et accouchements prématurés), de réduction du poids à la naissance et de morts subites du nourrisson.

Concernant la santé de l'enfant, l'exposition au tabagisme in utero est associée à des troubles du comportement (trouble de déficit de l'attention / hyperactivité.) qui s'expriment encore chez le jeune adulte, avec un risque plus accru de dépendance et d'addictions.

Une étude DNF¹² sur le comportement des femmes enceintes fumeuses dans les forums avait permis de découvrir que ces futures mamans se rassuraient entre elles sur leur consommation de tabac quotidienne. L'étude, qui portait sur 1543 posts dans les forums comme Doctissimo ou Magicmaman, révélait ainsi 7 fausses idées qui ont encore la peau dure en 2020. A titre d'exemple, le fameux « il vaut mieux fumer quelques



cigarettes par jour plutôt que de stresser en arrêtant complètement. C'est mauvais pour le bébé ». Cette contre-vérité continue de circuler largement et notamment dans les réseaux sociaux via les influenceuses qui partagent leurs grossesses avec leurs communautés.

Fort heureusement, depuis 2010, le forfait pour le sevrage tabagique a été augmenté puis transformé, les consultations de tabacologie sont plus rapides, un logo « interdit aux femmes enceintes » a été apposé sur les paquets de cigarettes. Les campagnes de sensibilisation d'envergure sur le sujet manquent cependant. En effet, la méconnaissance des effets du tabagisme sur le fœtus est encore trop importante.

Une étude de A. Dumas, parue dans le BEH de mai 2015, démontre que la perception des risques pour l'enfant est faible: 1 femme sur 4 citait de possibles problèmes respiratoires, 1 sur 5 des problèmes de croissance, 1 sur 6 un risque de prématurité... Il est impératif que les femmes sachent dès le plus jeune âge

que le tabagisme a une influence négative sur l'appareil reproducteur et pourra mettre à mal leur projet de grossesse dans les années à venir.

Le tabagisme durant la grossesse est d'autant plus problématique qu'il semble modifier l'ADN du futur bébé et donc de l'adulte en devenir. Cela le rendrait plus vulnérable aux addictions mais aussi à certaines maladies.

Une étude internationale¹³, réalisée en 2016 aux Etats-Unis, sur près de 6000 femmes et leurs enfants a analysé les effets chimiques du tabac sur l'ADN des nouveau-nés. Pour ceux dont la mère appartenait à la catégorie des "fumeuses persistantes", les chercheurs ont identifié près de 6000 modifications de l'ADN. Environ la moitié de l'ADN affecté était lié à des gènes jouant un rôle dans le développement des poumons et du système nerveux ainsi que dans des cancers résultant du tabagisme ou encore dans des défauts de naissance comme le bec-de-lièvre.

3. Freiner le tabagisme des jeunes, un enjeu majeur

Protéger les plus jeunes du tabagisme et freiner l'accès au tabac reste l'un des enjeux majeurs pour atteindre l'ambitieux objectif d'une première génération sans tabac en 2032.

La dénormalisation des produits du tabac auprès des adolescents est une mission particulièrement difficile tant les moyens mis en place par l'industrie du tabac sont colossaux. Comme pour les femmes, les fabricants ont su imposer le tabac comme un moyen d'émancipation et de liberté durant de nombreuses années. Cependant, les derniers efforts mis en place dans le cadre du PNRT et PNLT ont permis de connaître des prévalences à la baisse sans discontinuer même si les taux restent encore élevés par rapport à nos voisins européens.

LES ADOLESCENTS FRANÇAIS ENCORE TROP SÉDUITS PAR LA CIGARETTE

Les récentes études Espad publiée en 2019 et EnClass publiée en mai 2020 convergent toutes vers une franche baisse du tabagisme des adolescents français.

Le tabagisme quotidien des adolescents de 16 ans



C'est d'ailleurs sur le tabac que les baisses de consommation sont les plus fortes par comparaison à l'alcool ou au cannabis.

L'âge moyen d'expérimentation



Néanmoins, la France a encore une large marge de progrès car l'usage quotidien de tabac chez les adolescents français demeure toujours important (19 pays européens¹⁴ ont une prévalence inférieure à celle de la France).

Le passage de l'expérimentation à l'initiation, puis à la consommation régulière se fait en peu de temps. À 18 ans, plus de 3 fumeurs sur 4 fument déjà plusieurs cigarettes par jour. En effet, les expérimentateurs deviennent rapidement addicts à la nicotine.

L'adolescence est une période critique de développement du cerveau, et les jeunes, très sensibles aux effets de la nicotine, deviennent plus rapidement dépendants que les adultes.

D'après certaines études, il suffirait d'une seule journée pour que le cerveau se remodèle après la première dose de nicotine.

Les lycéens de l'enseignement professionnel consomment plus que ceux des filières générales, ceux des zones rurales plus que ceux des grandes villes, et les filles autant sinon plus que les garçons. Les adolescents en échec scolaire ou sortis du système éducatif sont davantage tentés par la cigarette.

Le statut socio-économique des parents ne semble pas constituer un facteur majeur. Mais avoir des parents séparés, vivre dans une famille recomposée ou monoparentale augmente le risque. Des parents fumeurs et permissifs favorisent l'entrée dans le tabagisme: les enfants de fumeurs sont deux fois plus souvent fumeurs. À l'inverse, vivre avec des parents ouverts et communiquer avec eux pendant l'enfance et l'adolescence diminuerait le risque d'être attiré par le tabac ou par des produits psychoactifs.

POURQUOI LES ADOLESCENTS RENTRENT-ILS DANS LE TABAGISME ?

Les facteurs favorisant l'expérimentation puis la consommation du tabac :

- Avoir une mauvaise estime de soi
- Suivre un régime pour perdre du poids
- Être anxieux ou dépressif
- Ne pas savoir refuser ou, à l'inverse, avoir un tempérament impulsif
- Considérer positivement la cigarette
- Boire de l'alcool
- Être attiré par les conduites à risque

Le collège est une période transitoire très importante qui signe l'entrée dans l'adolescence. Cette phase est l'une des plus importantes de la vie car pendant cette période, l'individu construit son identité. Cette prise d'autonomie est souvent aussi synonyme des « premières fois » comme les premières virées shopping entre amis ou encore l'adoption de comportements déviants (tabac, alcool, drogues etc).

L'adolescence marque un fort besoin d'intégration sociale. Le groupe d'amis devient rapidement indispensable, surtout dans cette volonté de s'affranchir de l'autorité parentale qui caractérise l'adolescence. Dans l'étude Conso- junior (7000 jeunes), 67% déclarent aimer faire des activités de groupe, 43% aiment être remarqués dans un groupe. La valeur de l'amitié est très importante et 52% la placent en premier critère d'importance.

Le groupe d'amis va évoluer au fur et à mesure du temps. Les 11-12 ans marquent une période où les adolescents se rapprochent autour de jeux et d'activités (ami = ami de jeu). Vers 13-15 ans, les adolescents apprécient l'intimité et la confiance entre amis. À la fin de l'adolescence, ce sont les expériences communes qui dominent. L'adolescent en grandissant a tendance aussi à se rapprocher de pairs de sexe opposé et/ou plus âgés.

Le groupe semble bien avoir aussi une véritable influence en matière d'initiation à la cigarette. À partir d'un échantillon de plus de 600 adolescents âgés de 13 à 18 ans, une étude¹⁵ a démontré que le désir d'acquiescer et de défendre une position stratégique au sein du groupe motiverait l'entrée dans le tabagisme.



Selon Elodie Gentina, chercheuse et professeur de Marketing :

” Ce sont les adolescents les plus populaires, ayant un degré de leadership d'opinion élevé au sein de leur classe, qui s'initient à la cigarette. ”

De plus, cette étude montre aussi que les motivations à rentrer dans le tabagisme diffèrent en fonction des genres. Une première, jamais explorée jusque-là. Alors que les garçons fument pour asseoir leur position de leader et se donner une image de « dur », les filles s'initient au tabac davantage pour partager et se faire accepter au sein d'un groupe.

Le tabac répond à une question identitaire à l'adolescence : il s'agit d'un moyen pour les adolescents d'affirmer leur autonomie en transgressant les règles et en repoussant

les limites, et de s'intégrer à un groupe en se testant par rapport aux autres. Le tabagisme est devenu une sorte de voie d'initiation pour devenir adulte.

LES INDUSTRIELS CONTINUENT DE CIBLER LES JEUNES.

En France, le champ de la communication pour les marques s'est compliqué dès 1976 mais est devenu totalement interdit dès 1991. Cependant, durant de nombreuses années, les industriels n'hésitaient pas à financer des événements, offrir des cadeaux pour approcher les plus jeunes.

Avec le paquet neutre, les marques ne peuvent désormais plus installer leur univers et faire « rêver » les adolescents en leur proposant d'appartenir à leur communauté. En effet, parfois l'acte d'achat d'une marque est aussi une démonstration d'appartenir à un groupe fermé et luxueux. Comme pour les femmes, l'industrie a longtemps développé des produits spécifiquement dédiés aux adolescents tels que les marques de cigarettes Chevignon ou plus récemment les cigarettes bonbons aromatisées, depuis interdites.

Pour continuer à banaliser le tabagisme et le vendre comme un accessoire de mode indispensable, les grandes marques de tabac

utilisent encore le sponsoring de manière illégale soit dans le cinéma, soit plus récemment, et avec une efficacité certainement redoutable, dans les réseaux sociaux.

Une étude menée par la Ligue contre le cancer a permis de mesurer le temps de présence de la cigarette dans les 30 films les plus populaires en France depuis 10 ans. Des images de tabagisme apparaissent dans 90% des films français qui ont toute chance d'avoir été vus par les adolescents qui sont de bons clients des cinémas. Aux États-Unis, le CDC (Center for Disease Control and Prevention), dans son rapport de 2014, estime que les preuves sont suffisantes pour établir un lien causal entre le tabagisme dans les films américains et l'initiation des jeunes à la cigarette. En effet, le cinéma présente une image positive du fumeur, c'est habituellement le personnage principal qui fume, et l'interdiction de fumer dans les lieux publics n'y est jamais respectée.

Les réseaux sociaux sont également une vitrine de choix pour l'industrie. Les adolescents passent désormais près de 3 heures par jour sur internet dont une majeure partie sur les réseaux sociaux. DNF, dans une étude « Tabac et réseaux sociaux » menée en 2014, avait déjà observé que les images postées favorables au tabac sont nombreuses et constituent une promotion des marques et du tabac sous toutes ses formes, ainsi qu'une banalisation de l'acte de fumer.

Depuis, Instagram a permis aux marques d'entrer chez les adolescents via les belles photos et des influenceurs qui deviennent ainsi les ambassadeurs de la marque.

Gauloises paye des influenceurs/influenceuses, suivis par des centaines de milliers d'abonnés, pour redorer l'image du tabagisme n'hésitant pas à dépenser sans compter pour ces opérations de communication.

Un paquet volontairement abandonné en évidence sur une serviette de bain, une photo d'une pause cigarette « conviviale », entre amis lors d'un apéro, ou encore une pause lascive d'une belle jeune fille qui fume... c'est le type de photo promotionnelle « sans en avoir l'air » qui permet ainsi de banaliser le tabagisme. Pire, il est assimilé à ces vies parfaites où tout est beau comme la plupart des publications des influenceurs.

Un des influenceurs, rémunéré par une marque, explique ainsi que son rôle consiste à mettre en ligne un visuel très naturel avec un paquet de cigarette. Ces influenceurs sont formés pour ces publications, fournis en tabac et naturellement payés pour ces partenariats. Normalement, les publications sponsorisées doivent être obligatoirement mentionnées, mais ce n'est jamais le cas dans ces partenariats secrets. L'organisation à but non lucratif Campaign for Tobacco-Free Kids révèle que près de 40 pays ont subi ces campagnes illégales.

Le hashtag #DecideTonight, est mis en ligne par un fabricant qui vante les mérites d'une soirée avec pour seul objectif de vendre du rêve et donner l'illusion que la cigarette est cool. Pourtant ce type de publication est censé être proscrit par les plateformes sociales.

Des ambassadeurs, parfois très jeunes, proposent des « Smoking Reviews. » Ce phénomène met en scène des jeunes adolescents qui se filment en train de fumer en démontrant que cette cigarette qu'ils fument est parfaite et tendance.

La cigarette sur les réseaux sociaux est donc particulièrement présente et valorisée. La cigarette électronique et sa fumée épaisse font aussi le bonheur des adolescents qui se filment en faisant des « tricks » autrement dit des formes avec la fumée de cigarette. Ce phénomène est tel qu'une émission grand public d'une chaîne nationale a

mis en scène un groupe de jeunes vapoteurs en prime time faisant la démonstration de tricks en décembre 2020. **La cigarette électronique, et notamment la Juul, est particulièrement présente sur Instagram.** Cette publicité souvent gratuite offerte par les adolescents pour les autres adolescents participe à une image particulièrement positive de la e-cigarette perçue pour la plupart des adolescents comme non dangereuse.



Cette ingéniosité n'est pas à sous-estimer et peut mettre à mal tous les efforts mis en place aujourd'hui pour détourner les jeunes du tabagisme.

ATTEINDRE LA PREMIÈRE GÉNÉRATION SANS TABAC EN 2032 : LA PRÉVENTION 2.0

La suppression des paquets de 10 cigarettes, les augmentations fortes et rapprochées des prix, l'interdiction de la publicité et le renforcement de l'interdiction de vente aux mineurs ont permis d'infléchir les courbes de prévalence. Pourtant en 1995, le tabagisme des adolescents était l'un des plus forts d'Europe.

La mise en place du paquet neutre en 2017 semble également avoir eu un impact auprès des plus jeunes.

En effet, l'étude Tabagisme et paquet de cigarette de l'OFDT, démontre assez clairement que les adolescents sont sensibles au packaging. La moitié d'entre eux déclare aussi que certains « anciens » paquets sont « beaux ou attrayants ». Un tiers des jeunes sondés expliquent que certains « anciens » paquets « donnent plus envie de fumer que d'autres ».

Néanmoins, l'association tabac et émanation de l'adolescent qui perdure et la présence forte sur les réseaux sociaux de l'industrie démontrent l'urgence à intervenir sur le même terrain. La littérature a mis largement en avant le rejet des discours moralisateurs ou basés sur la peur. L'adolescent, en pleine période d'affranchissement de l'autorité, refuse tout discours visant à l'infantiliser.

L'adolescent veut être reconnu aujourd'hui comme une personne, mais aussi, comme un consommateur à part entière, avec des goûts différents de ceux de l'adulte. La génération Z a développé de nombreuses compétences et notamment digitales. En passant près de 2 à 3 h par jour sur le web, les adolescents se montrent ultra-créatifs. Les réseaux sociaux comme TikTok, Instagram ou YouTube, démontrent l'envie des jeunes de faire passer des messages au travers de leurs propres créations.

Elodie Gentina, chercheuse en marketing et experte en génération Z revient souvent sur la volonté de l'adolescent d'être très rapidement reconnu comme une personne et un consommateur au même titre que les adultes. Elle en déduit que c'est une des raisons principales du rejet des campagnes de prévention du tabagisme qui les infantilisent et qui parlent à leurs parents plutôt qu'à eux. Ainsi, une campagne de prévention doit les considérer comme acteur de leurs choix et faire appel à leurs compétences en les intégrant comme partenaires voir comme coproducteurs notamment en les amenant à participer, en sollicitant leurs avis et leurs opinions.



DNF travaille actuellement sur un projet qui repose essentiellement sur l'éveil d'une communauté d'adolescents autour de la lutte contre le tabagisme.

L'un des projets digitaux les plus efficaces de prévention à destination des jeunes a été réalisé aux Etats-Unis. Cette campagne de dénormalisation du tabac, nommée « Truth », a démontré sa pertinence et son efficacité. À l'origine, L'Etat de la Floride a investi 71 millions de dollars US pour une campagne de publicité axée sur la dénormalisation plutôt que sur les effets nocifs du tabac.

La campagne, entièrement conçue par des jeunes, accusait l'industrie du tabac de cacher la vérité dans le but de faire des profits. Avec le slogan : « Sa marque de commerce est le mensonge, la nôtre, la vérité. », la campagne faisait appel à l'esprit critique des jeunes.

Des retombées significatives ont été enregistrées : en un an, près de 10% des jeunes avaient abandonné la cigarette. Touchée en

plein cœur, l'industrie du tabac a déploré l'efficacité de la campagne. Dans un document interne de la compagnie américaine RJ Reynolds, il est mentionné que « la campagne Truth et celles qui s'en rapprochent représentent une véritable menace. L'effet sur l'estime de soi, l'acceptation sociale et l'usage du tabac finira par influencer (nos) affaires. »

L'efficacité d'une campagne préventive repose ainsi sur la capacité à développer le sens critique des adolescents en démontrant par exemple qu'ils sont sources de manipulations par l'industrie du tabac et que fumer va à l'encontre de leur soif d'autonomie et de maturité pour les lier à une dépendance mortelle.

Les réseaux sociaux peuvent avoir un réel rôle à jouer dans la prévention des plus jeunes. Une campagne forte avec des ambassadeurs « star » et du contenu de qualité pourrait permettre d'accompagner les mesures de dénormalisation du tabac notamment pour contrebalancer la présence forte de l'industrie.

3.C

Nouvelles attentes, nouveaux enjeux, Les défis pour la décennie future

Les 30 dernières années ont été marquées par de grandes mesures de santé publique visant à mieux protéger la population des méfaits du tabac.

Depuis la mise en place du décret Bertrand et la prise de conscience des dangers du tabagisme passif, les Français attendent de plus en plus de protection contre la fumée de tabac.

Atteindre la première génération sans tabac et la baisse drastique de la prévalence tabagique représente l'enjeu majeur de cette prochaine décennie. Il faudra composer alors avec les attentes d'une population désireuse d'une protection plus forte et encadrer l'arrivée de nouveaux produits sur le marché. Finalement, dénormaliser le tabagisme et de l'acte de fumer dans la société restera le défi majeur pour atteindre ces objectifs.

1. Continuer à offrir plus de protection contre la fumée de tabac

La prise de conscience concernant le tabagisme a été tardive malgré les preuves scientifiques notamment en raison du travail de sape de l'industrie du tabac pour pousser les cafetiers et restaurateurs à ne pas appliquer la loi Evin.

LA NOCIVITÉ DU TABAGISME PASSIF N'EST PAS UN MYTHE

Dès 1981, le tabagisme passif est évoqué avec une étude japonaise¹⁶ relatant des cancers du poumon plus fréquents chez des femmes qui ne fumaient pas mais étaient exposées à la fumée de tabac de leurs conjoints.

Depuis, les preuves scientifiques des méfaits du tabagisme ne manquent pas et attestent de la toxicité de la fumée de cigarettes. L'académie de médecine place même la fumée de tabac comme le premier polluant de l'air domestique avec :



selon santé publique France.

Une étude¹⁷ estimait en 1997 que le tabagisme passif représentait de 1500 à 3000 décès par an mais les chiffres avancés doivent être clairement réévalués.

L'EXPOSITION À LA FUMÉE DES AUTRES A NETTEMENT DIMINUÉ MAIS EST ENCORE TRÈS PRÉSENTE, NOTAMMENT AU TRAVAIL, DANS LES LIEUX DE CONVIVIALITÉ ET ENTRE VOISINS DANS LEURS LIEUX D'HABITATION.

Le décret Bertrand a permis de mettre un frein réel à l'exposition au tabac dans les espaces fermés et couverts.

DNF, dès 2009, alertait cependant sur un retour de la fumée de tabac dans un rapport¹⁸ avec de nombreux témoignages de victimes de tabagisme passif. Plus de dix ans après, cette exposition peut rester forte notamment dans certains secteurs.

Santé Publique France rappelle ainsi dans un communiqué de février 2020 que 15,7% des personnes âgées de 18 à 64 ans exerçant une activité professionnelle déclarent en 2017 avoir été exposées à la fumée de tabac des autres au cours des 30 derniers jours à l'intérieur des locaux sur leur lieu de travail. De manière très inégale, les ouvriers sont plus nombreux à subir la fumée de leurs collègues (27.4%) que les cadres et professions intellectuelles supérieures (6.4%).

Les lieux de convivialité comme les bars et discothèques restent encore des lieux où l'exposition est élevée. En 2014¹⁹, les personnes ayant fréquenté bar et discothèque indiquaient avoir été exposées respectivement à 30,7% et 40%.

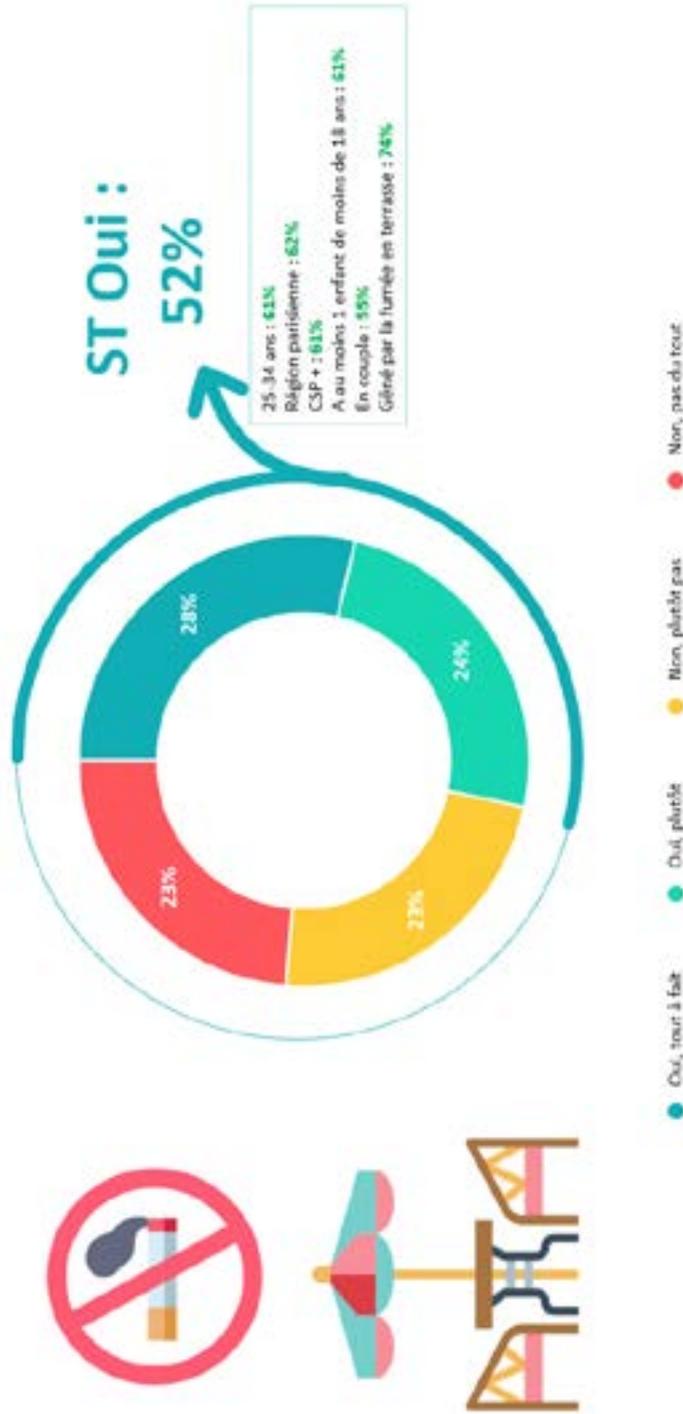
Notre association accompagne les internautes depuis près de 20 ans concernant leurs problèmes liés au tabac. DNF possède un outil unique de questions-réponses qui permet de dresser une cartographie des problématiques tabac sur le territoire. Si les demandes d'aides concernant les entreprises ont baissé, les témoignages sur les lieux de convivialité ne faiblissent pas notamment sur ceux de la nuit.

L'autre point noir de l'exposition au tabagisme passif reste les terrasses fermées et couvertes encore trop utilisées comme un moyen de contourner le décret Bertrand. Déjà en 2009, DNF dénonçait ces terrasses²⁰ où les taux de pollution pouvaient dépasser celui du périphérique en heure de pointe. Pour obtenir la première condamnation de ces espaces illégaux qui mettent en péril la santé des salariés et des clients, il aura fallu 12 années de procédure pendant lesquelles s'est installée la notion de leur impunité. De très nombreuses terrasses en infraction continuent donc d'exister en toute incohérence avec la volonté de dénormaliser le tabac dans notre société. Pourtant, les demandes pour que ces espaces ne soient plus enfumées sont en perpétuelle augmentation.

Et c'est finalement parce que les Français sont mieux protégés contre la fumée de tabac que la volonté de ne plus être exposé du tout devient plus forte et réclame de nouveaux espaces sans tabac.

Plus d'1 Français sur 2 affirment qu'ils se rendraient plus souvent en terrasse si celle-ci était totalement non fumeur. Une position notamment partagée par les 25-34 ans, les habitants de la région parisienne et les parents d'enfants.

Q2 : Pensez-vous que vous iriez plus souvent en terrasse si celle-ci était totalement non-fumeur ?
Base : 1029



Non réponses : 7%

Source : OpinionWay

VERS DE NOUVEAUX ESPACES SANS TABAC

Selon un sondage OpinionWay pour DNF en mai 2019, 73% des Français se déclaraient favorables à une étendue de l'interdiction de fumer en extérieur notamment aux abords des écoles, sur les plages, aux arrêts de bus, dans les stades sur les terrasses de restaurants... Cette position est encore plus nette dans les grandes villes (de plus de 100 000 habitants), puisque 78% de ces citoyens souhaitent cette interdiction -77% des parisiens. Toutes les classes d'âge semblent s'accorder sur ce point : 75% des 18-34 ans et 77% des plus de 65 ans y sont favorables. Les plus jeunes semblent d'ailleurs adhérer plus facilement à l'idée d'espace sans tabac.

En juin 2019, toujours avec l'appui d'OpinionWay, DNF a sondé les Français sur la volonté d'être mieux protégés dans certains lieux extérieurs. 84% souhaitaient voir interdire la consommation de tabac dans au moins un des lieux cités; ils en évoquaient en moyenne 4.7 (sur 8). C'est certainement la preuve que l'opinion publique attend désormais plus de la protection contre le tabagisme.

La plage sans tabac est le lieu qui obtient le plus d'adhésion. C'est notamment grâce au travail de la ligue contre le cancer mais aussi à la mobilisation contre les mégots de cigarettes. En effet, les Français semblent avoir compris le désastre écologique que ces derniers représentent.

Ces chiffres ne sont pas une surprise pour DNF. Les réponses sont plutôt fidèles aux témoignages collectés depuis la mise en place de l'interdiction de fumer. Finalement, aucun lieu extérieur ne se détache réellement avec des adhésions assez similaires en fonction des lieux. Chacun, selon son profil, déter-

mine sa priorité. Les couples avec enfant vont ainsi se déclarer plus facilement favorables à l'interdiction de fumer aux abords des écoles et dans les espaces de loisirs qu'un jeune de 20 ans. Les premières communes à l'image de Ouistreham, Solesmes ont d'ores et déjà interdit par arrêté municipal la consommation de tabac aux abords de leurs écoles maternelles et élémentaires sans aucune difficulté majeure ; l'exemple est désormais suivi par de nombreuses autres communes. C'est ainsi une manière de dénormaliser le tabac auprès des plus jeunes, de protéger les populations d'une pollution et de démontrer, pour ceux qui en doutaient, la dangerosité et le désagrément du tabagisme passif notamment chez les plus jeunes.

Les collectivités territoriales ont un rôle à jouer dans cette dénormalisation du tabac. Elles peuvent prendre des mesures fortes pour les équipements relevant de leur compétence (parcs, entrée d'écoles, plages, jardin, stade ...) et accompagner la politique de santé au plus près des habitants grâce à leurs agents.

En revanche, la demande d'interdiction dans la rue pour 20% des sondés et même 25% des CSP+ est plus surprenante. En effet, c'est la démonstration de l'évolution rapide du souhait de ne plus subir la fumée des autres, y compris lors d'un déplacement. Les deux exemples les plus cités sont le regroupement de fumeurs devant une entrée de bâtiment où ne pas respirer un air vicié est de l'ordre de l'impossible mais aussi la marche derrière un fumeur où la fumée peut être très inconfortable sur un trottoir. A l'étranger, certaines villes ont déjà fait le choix de limiter la consommation de tabac dans l'espace public comme Santa Barbara, Le Cap et plus récemment Milan. En effet, la capitale de Lombardie prévoit une interdiction de fumer à moins de 10 mètres de toute personne pour janvier 2021.

Une majorité de Français se déclare favorable à l'interdiction de la cigarette sur les plages, dans les files d'attente et aux abords des établissements scolaires.

CL3 : Parmi les lieux suivants, dans lesquels souhaitez-vous l'interdiction de la cigarette ?

(Base : 1 029)



Nota reporters : 2%

Nombre moyen de réponses : 4,3

100% Différences significatives par rapport au total

ST
Au
moins
un lieu :
84%

Source : OpinionWay



Ma terrasse sans tabac est le premier guide collaboratif des terrasses où l'on peut déjeuner sans subir la fumée de tabac. Les restaurateurs sont encore réticents à proposer des lieux entièrement sans tabac. L'idée reçue que ce sont les fumeurs (ils représentent moins d'un quart de la population) qui font leur chiffre d'affaire a encore la peau dure. Pourtant, ceux qui ont fait le choix du sans tabac ne le regrettent pas un instant **Robert Menard, restaurateur l'explique parfaitement dans une vidéo disponible sur la chaîne Youtube « ma terrasse sans tabac » :**

” Quand je donne le choix entre deux terrasses, systématiquement c'est la terrasse non-fumeur qui est prise d'assaut (...) même par les fumeurs ”

Concernant les terrasses de café, la demande pour que ces espaces soient désormais sans tabac continue de progresser. 6 Français sur 10 ont été incommodés par la fumée de tabac sur une terrasse en plein air. En région parisienne, ils sont même 71%.

Le paradoxe est entier. Les restaurateurs restent persuadés que la terrasse sans tabac aura un impact négatif quand les clients expliquent qu'ils iraient plus souvent en terrasses si elles étaient non-fumeur. La société civile a un rôle prépondérant dans l'expansion des terrasses sans tabac. Manifester systématiquement et fermement, auprès des cafetiers restaurateurs, son regret de ne pas trouver d'espace non pollués dans leurs terrasses sera indispensable pour rassurer les professionnels des CHR/D gravement affectés par la crise sanitaire. Ces derniers seront tentés de laisser ces questions pour plus tard alors que la crise est certainement une opportunité pour réinventer un modèle.

LES PLAINTES CONCERNANT LES HABITATIONS PRIVÉES EXPLOSENT

Le domicile est la parfaite illustration de la volonté d'être protégé partout et surtout chez soi. La fumée de tabac est désormais vécue comme toxique et invasive dans les espaces intérieurs. La prise de conscience des dangers de la fumée a modifié les comportements et a poussé les fumeurs à consommer leurs cigarettes à l'extérieur de leur domicile, balcon, jardin ou terrasse.

Dans les habitats urbains, la proximité entre logements est une source de nuisance de voisinage. DNF observe une nette montée de cette tendance depuis environ 10 ans avec une exacerbation durant le premier confinement où les températures clémentes ont permis d'ouvrir les fenêtres mais aussi de sentir la fumée de tabac de son voisin assigné également à résidence en raison de la crise sanitaire. L'association a ainsi recensé près de 3000 « plaintes » grâce à son module de question réponse sur le site www.dnf.asso.fr

En septembre 2019, DNF a fait appel à OpinionWay pour mesurer la gêne à domicile notamment dans les grandes agglomérations (plus de 100 000 habitants). 49% déclarent avoir été incommodés par la fumée de leur voisin. En effet, 79% des fumeurs fument dans leur jardin, balcon ou terrasse lorsqu'ils sont à domicile.

Si l'association a accompagné quelques personnes pour des troubles du voisinage liés à la fumée du tabac, seul un a obtenu gain de cause devant le juge de proximité. Il faut bien avouer qu'aujourd'hui, aucun texte ne permet de protéger facilement les Français contre les nuisances tabagiques dans une habitation privée. Comme vu précédemment, quelques ajustements législatifs ou réglementaires permettraient de désigner clairement le tabagisme passif comme trouble anormal du voisinage.

San Francisco a affirmé en fin d'année 2020 sa volonté de voir une interdiction de fumer en appartement. « On ne devrait pas avoir à habiter dans une maison individuelle pour pouvoir respirer de l'air pur » explique Norman Yee, le président du conseil de San Francisco. Une question d'égalité sans aucun doute puisque l'accès à la maison individuelle est plus difficile pour une certaine classe de population.

LES PARENTS FUMEURS SOUS-ESTIMENT LES CONSÉQUENCES DE LEUR TABAGISME SUR LEURS ENFANTS.

La littérature scientifique est désormais bien renseignée sur les conséquences du tabagisme passif chez les jeunes enfants. :

- **Augmentation de 50% de risque** de développer la grippe, les bronchites ou les pneumonies.
- **Augmentation de 30% du risque** d'asthme ou d'aggravation d'un asthme préexistant.
- **Augmentation de 60%** du risque d'otite moyenne .
- **Augmentation du risque** de méningite à méningocoque chez les enfants de moins de 5 ans.
- **Complications respiratoires** pré ou post-opératoires en chirurgie générale.
- **Un risque majoré** de développer un diabète s'il devient fumeur à l'âge adulte (les enfants exposés in utero ont plus de risques de devenir fumeurs)

Et pourtant, un nombre important de parents sous-estiment clairement les conséquences de leur consommation de tabac notamment au domicile.

Une enquête réalisée par OpinionWay du 21 au 22 août 2019 sur un échantillon de 1000 Français représentatifs démontre ainsi qu'il reste encore beaucoup d'efforts à fournir pour que les petits Français ne soient plus exposés à un air vicié et toxique au sein de leur domicile.

Fumeurs avec enfants



Par ailleurs, les parents exposent inconsciemment leurs enfants aux microparticules toxiques déposées au sol du domicile ou dans leur véhicule. Au moindre mouvement, ces microparticules inodores et invisibles reviennent en suspension dans l'air et provoquent ainsi des pathologies respiratoires chez les plus jeunes, bien plus sensibles à cette pollution.

88% des foyers fumeurs avec enfants ont mis en place des règles précises au sein du domicile ce qui est supérieur aux foyers fumeurs sans enfants (80%) :

- la première règle consiste à fumer à l'extérieur (53%). Cependant, 35% des parents fument dans leur domicile en l'absence des enfants ;
- 22% à la fenêtre du logement ;
- (plus étonnant) 10% fument en dessous d'un système d'extraction d'air comme une hotte ou une VMC.

En réalité, pour bien faire, les parents doivent proscrire totalement la consommation de tabac à l'intérieur du domicile et ne consommer que dans les espaces extérieurs.

Très inquiétant, les fumeurs ayant des enfants sont moins nombreux à considérer le tabac dangereux dès que l'on en perçoit l'odeur (31% contre 49% des non fumeurs), pire ils considèrent à 12% que la fumée de tabac n'est pas dangereuse.

L'ensemble de ces données milite pour une campagne de prévention d'envergure et plus d'actions sur le terrain pour sensibiliser la totalité de la population.



2. Dénormiser et rendre moins accessible le tabac, un enjeu majeur pour les nouvelles générations

200 000 jeunes²¹ (plus de 500 par jour) rentrent chaque année dans le tabagisme et la moitié de ceux qui vont persister en mourra. Il est indispensable d'agir en amont pour éviter ce drame sanitaire.

La première génération sans tabac en 2032 ne sera atteinte qu'avec le changement d'image du tabac et son accès encore plus restreint par rapport à nos voisins européens.

L'INFLUENCE DES MÉDIAS ET DU CINÉMA

L'enquête ARAMIS²² témoigne de l'initiation des jeunes au tabac et surtout de leur perception de l'image de la cigarette. Ils soulignent, pour la plupart, l'entrée dans le tabac comme un rite d'initiation presque obligatoire. Ils se disent surtout très influencés par leur environnement favorable à la consommation de tabac. Une grande majorité explique l'omniprésence du tabac notamment à la sortie et aux abords de leurs établissements scolaires, sur les réseaux sociaux mais aussi dans les fictions qu'ils regardent comme « Breaking Bad », « Narcos », ou encore de nombreuses séries françaises. Cette banalisation du tabac contribue à laisser croire que le tabagisme est une pratique banale et sans conséquence.

Netflix a d'ailleurs été pointé du doigt en 2019 pour la présence importante de la cigarette dans ses fictions, notamment pour la série à succès « Stranger Things ». Truth initiative – campagne de prévention aux USA à destination des adolescents – a ainsi compté le nombre de cigarettes que l'on peut voir dans « Stranger Things » : 262 cigarettes allumées dans la saison 2 contre 182 pour la saison 1, soit une augmentation de 44%. Le personnage du Shérif Hopper est au cœur du débat car le shérif pourrait être facilement confondu avec le fameux Marlboro Man. Comme vu précédemment, faire fumer les héros au cinéma est une technique bien rodée pour l'industrie du tabac.

Le placement de produit, en principe interdit concernant le tabac, semble bien être d'usage courant, notamment dans l'industrie du cinéma et de l'audiovisuel en recherche constante de financement. En 2017, Agnès Buzin, alors ministre de la santé, s'interrogeait sur l'importance que le cinéma donnait à la cigarette en soulignant une étude de la ligue contre le cancer. En effet, 70% des nouveaux films français mettent à l'image au moins une fois une personne en train de fumer ; elle dénonçait une promotion détournée pour le tabac. Travailler sur le marketing social et sur cette omniprésence du tabac dans les fictions mais aussi dans les médias paraît indispensable pour gagner la bataille de l'image.

C'est d'autant plus important que pour certains groupes comme les jeunes filles de milieu favorisé, le tabac disposerait encore d'une image de prestige valorisante. Les images relayées par les magazines mais surtout via les réseaux sociaux et certaines émissions de télé-réalité ne sont certainement pas étrangères à cette particularité.

Néanmoins, pour conclure sur une note plus positive, l'étude ARAMIS précise que pour cette génération qui n'a presque connu que

l'interdiction de fumer dans les lieux publics, la cigarette garde une image résolument négative et liée à la mort.

LES PRODUITS DU TABAC RESTENT ENCORE ACCESSIBLES POUR LES MINEURS

Pour faire diminuer la consommation de tabac, l'accès aux produits du tabac doit devenir impossible. Or force est de constater que la plupart des adolescents se fournissent chez leur buraliste. L'accès au tabac mais aussi aux cigarettes électroniques semble désormais de plus en plus aisé par internet.

DNF, sur son site internet, compte des centaines de témoignages de parents surpris de découvrir que leur adolescent se fournit chez les buralistes du coin. Même constat pour la cigarette électronique qui semble encore plus facile d'accès.

Une étude du CNCT en avril et mai 2019 avec l'appui de BVA démontre que près de 80% des buralistes n'ont pas demandé la pièce d'identité des jeunes venus chercher du tabac ; 10% des buralistes ont accepté de vendre du tabac à des enfants de 12 ans et 65% en ont délivré aux adolescents de 17 ans. En région Ile de France, 92% des buralistes ont vendu des cigarettes à des groupes de jeunes. Il existe pourtant des sanctions pour ces professionnels qui bénéficient d'aides importantes dans le cadre du « Protocole d'accord sur la modernisation du réseau des buralistes »²³ aux termes duquel ils s'engagent à « renforcer leur rôle en tant qu'acteurs de la lutte contre le tabagisme »

Les témoignages de parents rapportent aussi la facilité avec laquelle leurs enfants peuvent acheter des cigarettes électroniques. Elodie Gentina, cher-

cheuse et professeur de marketing, et Pierre François Dancoine, médecin tabacologue ont mené une étude sur 600 adolescents de 15 à 18 ans en 2016²⁴. Cette étude révèle ainsi que près de 68% des lycéens ont déjà vapoté et ces experts laissent entendre que la cigarette électronique est clairement une porte d'entrée dans le tabagisme. L'enquête Escapad 2017 révèle des expérimentations d'e-cigarette pour 52% des jeunes de 17 ans ce qui semble être cohérent avec l'étude ci-dessus concernant des élèves de 15 à 18 ans.

Sur internet ou en boutique, la cigarette électronique est vendue sans difficulté aux adolescents. Les e-cigarettes comme Vype, Blue ou encore Juul apparaissent comme plus économiques pour les adolescents. Cette question du canal de distribution doit être posée même s'il est certainement difficile de s'assurer à distance que l'acheteur est majeur.

La chicha dont la nocivité n'est pas à démontrer, les adolescents en sont également consommateurs. L'étude Escapad 2017 démontre ainsi que 35% des jeunes de 17 ans ont ainsi déjà consommé e-cigarette + chicha + cigarette. Le tabac à narguilé est particulièrement simple à se procurer pour les adolescents qui se fournissent la plupart du temps soit par internet soit directement dans un bar à chicha et plus rarement chez les buralistes. Ce tabac ne présente souvent aucun avertissement sanitaire parce que souvent importé de l'étranger et revendu en toute illégalité.

Enfin, l'achat de tabac de contrebande ou à l'unité reste marginal mais tout à fait courant dans certains territoires. Encore une fois, internet permet également de se fournir en tabac de contrebande par voie postale ou par rendez-vous.

LE PRIX, UN LEVIER VÉRITABLEMENT EFFICACE

Comme vu en première partie de ce rapport, le lien entre prix du tabac et baisse de la consommation est clairement établi. Pour cette génération d'adolescents, le paquet de cigarette au prix de 10 euros est dissuasif et participe à la baisse de l'expérimentation et par conséquent de la consommation. La fiscalité a également un intérêt fort pour éviter que des reports de consommation se fassent entre les différents produits du tabac. Un report avait par exemple été constaté avec le tabac à rouler qui bénéficiait d'une fiscalité moins forte et baissait fortement le coût à l'unité.

Pour maintenir la baisse de la prévalence tabagique y compris chez les jeunes, il devient indispensable de poursuivre la politique de hausse des prix du tabac afin de rendre tous les produits du tabac économiquement inaccessibles; il en va de même pour les produits connexes qui maintiennent dans la logique d'une acceptabilité de la dépendance à l'acte de fumer. Pour mémoire, si le prix de vente devait couvrir la totalité des coûts engendrés par le tabac, le paquet de cigarette coûterait 45 euros.

Pour baisser la prévalence, il est également nécessaire de plaider au niveau européen pour une harmonisation de la politique fiscale du tabac, notamment dans les pays qui ont ratifié la convention cadre de lutte

antitabac auprès de laquelle ils se sont engagés.

MIEUX PRÉVENIR LE TABAGISME

La plupart des enfants en école élémentaire ont un discours très moralisateur à propos du tabac. Pourtant, ces mêmes enfants, quelques années plus tard, seront tentés d'être consommateur de tabac, chicha ou encore de cigarette électronique.

La France connaît également l'un des plus forts taux de fumeuses pendant la grossesse notamment en raison d'une prévalence féminine particulièrement élevée. Comment faire pour que ces jeunes femmes ne commencent pas et, ainsi, n'exposent pas les générations futures aux effets délétères du tabac ?

Une campagne forte et pluriannuelle, à l'image de Truth aux Etats-Unis, avec des moyens alloués de plusieurs millions de dollars a su démontrer son efficacité en participant de manière concrète à une forte baisse du tabagisme chez les adolescents américains provoquant une réelle inquiétude chez les industriels du tabac.

En utilisant les bons codes, en prenant la parole sur les réseaux sociaux mais aussi sur le terrain où se rassemblent les jeunes, Truth a réussi à imposer une nouvelle image du tabac.



3. Le tabagisme, un fléau sanitaire

En résumé

- **La France a encore des progrès à faire...** Les prévalences tabagiques s'infléchissent désormais y compris chez les adolescents et les femmes. En revanche, nous restons à des niveaux élevés par rapport à nos voisins européens.
- **Les rappels à la loi et les demandes amiables de mise en conformité** effectuées par la société civile sont d'une rare efficacité quand ils peuvent reposer sur des décisions de justice dissuasives ou sur une bonne réactivité des agents chargés du contrôle et de l'éventuelle répression.
- **A consommation égale, les femmes sont plus sensibles aux méfaits du tabagisme.** La mortalité des femmes a doublé en 15 ans et les projections pour les années à venir sont plutôt sombres avec davantage de maladies cardiovasculaires et de cancers liés au tabagisme.
- **Les campagnes de prévention à destination des adolescents** doivent s'appuyer sur la dénormalisation du tabac en amenant les jeunes à développer leur sens critique. Les expériences étrangères notamment Truth ont pu démontrer une grande efficacité.
- **Les attentes pour de nouveaux lieux sans tabac sont fortes.** En 10 ans, les attentes des Français ont changé et désormais le tabac n'est plus le bienvenu ni entre voisins, ni aux terrasses des cafés, ni dans les abribus, ni sur les plages, ni aux abords des écoles, ni dans les parcs et jardins. L'opinion publique s'oriente désormais vers un monde où le tabagisme n'est plus la normalité. Les Français veulent être protégés partout contre une fumée perçue désormais comme inconfortable et dangereuse.

4 30 ans et après ? 9 mesures pour libérer la France du tabac

En 1991, la France a fait preuve de courage en promulguant la loi Evin et a marqué un véritable tournant dans la lutte contre le tabagisme. Véritable pionnier, notre pays a très rapidement réagi au fléau sanitaire que représentait le tabac. Ces 30 dernières années auront donc été ponctuées de plans de santé publique et de grandes mesures avec parfois plus ou moins d'efficacité.

Néanmoins, les cinq dernières années auront permis d'accélérer la décroissance du tabagisme au sein de la population française. Tous les indicateurs sont désormais au vert pour atteindre la première génération sans tabac d'ici 2032 : Elle ne sera pas atteinte sans quelques derniers efforts.

1. **Maintenir une politique fiscale régulière, rapprochée et forte avec pour objectif le paquet de cigarettes à 15 euros en 2025**

Pour éviter les transferts de consommation vers d'autres produits du tabac, il est indispensable que la fiscalité de tous les produits du tabac soit alignée sur celle de la cigarette.

2. **Seconde priorité attendue par des millions de Français : Faire évoluer la législation et la réglementation pour intégrer la protection contre le tabagisme passif entre voisins.**

La pandémie a ramené le travail au domicile et désormais, l'essentiel des plaintes reçues par DNF concerne le tabagisme passif provoqué par un voisin.

3. **Créer plus d'espaces sans tabac : terrasses, stades, plages, abribus, abords des lieux d'enseignement, files d'attente, etc.**

73% des Français sont favorables à une interdiction de fumer étendue aux lieux extérieurs. Ne pas fumer dans ces espaces publics permet de ne plus installer le tabac comme une norme sociale valorisante aux yeux des plus jeunes.

Les terrasses devraient être des espaces totalement sans tabac; espaces de plaisir destinés à tous, elles sont devenues la plupart du temps l'espace fumeur de l'établissement, pourtant 1 français sur 2 est favorable à une interdiction de la fumée aux terrasses des établissements de convivialité. Les restaurateurs qui ont fait le choix du sans tabac ne le regrettent pas et ne reviendraient pas en arrière. Mais les

idées reçues installées par l'industrie du tabac ont la peau dure et de nombreux restaurateurs ne franchiront pas le pas tant que leurs voisins continueront à proposer des terrasses enfumées.

Les abords des écoles, les plages, les stades deviennent aujourd'hui sans tabac par simple arrêté municipal. Le souci de dénormalisation du tabac, la protection des habitants et de l'environnement devraient inciter le législateur à en inscrire le principe dans la Loi.

L'éducation Nationale a également un rôle à jouer en rappelant le principe de l'interdiction formelle de fumer au sein des écoles, collèges et lycées. Des parents, des élèves et des enseignants nous remontent encore l'existence de nombreux dysfonctionnements. Voir les pair(s) et les enseignants fumer provoque inévitablement l'envie de commencer à fumer chez les plus jeunes en recherche d'identité.

4. Restreindre la présence de tabac dans les films, séries, émissions ou productions françaises

Si beaucoup de films et de séries américaines ne présentent plus de cigarettes, **l'audiovisuel français propose bien trop fréquemment des situations qui valorisent l'acte de fumer**, très souvent dans des lieux où fumer est strictement interdit.

5. Interdire la promotion directe et indirecte pour le tabagisme/vapotage sur les réseaux sociaux.

Les réseaux sociaux sont une véritable vitrine ouverte pour l'industrie du tabac. Les adolescents y passent désormais plus de 2h par jour : ils font

désormais partie intégrante de leur socialisation. L'industrie du tabac l'a bien compris et rémunère les influenceurs pour présenter leurs produits positivement. Le pouvoir de séduction et de conviction de ces ambassadeurs de marques sur les adolescents, qu'il porte sur un produit du tabac ou de la Vape, valorise l'acte de fumer du tabac car les produits de vapotage sont essentiellement ceux qui sont fabriqués par l'industrie du tabac. Ces incitations, interdites par la loi, doivent être sanctionnées si l'on veut éviter de détruire les effets d'une politique volontariste visant les plus jeunes.

6. Aider les fumeurs à sortir du tabac.

Les substituts nicotiques sont désormais pris en charge par la sécurité sociale, ce qui représente une avancée importante à la fois pour des raisons financières évidentes et pour l'image du médicament remboursé qui redonne au tabagisme le seul qualificatif qui le concerne : c'est une maladie.

L'accompagnement reste cependant un complément très efficace, il faut veiller à ce qu'il ne perde pas son objectif d'aide au sevrage en valorisant le marketing des fabricants de tabac. En effet, au prétexte de réduction du risque, les cigarettiers tentent de convertir leurs utilisateurs désireux d'arrêter à une pratique probablement moins dangereuse mais tout aussi addictive que la cigarette manufacturée en souhaitant secrètement que la dépendance à la nicotine les fasse revenir à leurs premières amours.

7. Mener des campagnes d'envergure sur les publics prioritaires : adolescents et futures mamans.

La campagne nationale #Moisanstabc devenue récurrente a de très bons résultats. Si cette campagne s'adresse de manière générale à tous les fumeurs, certains publics nécessitent des communications plus ciblées.

La France connaît des taux de prévalence chez les adolescents et les femmes enceintes toujours élevés. Une campagne comme Truth a démontré son efficacité sur la consommation de tabac des adolescents. DNF mène une version très simplifiée de cette campagne avec des moyens trop limités. Néanmoins, en faisant appel à des influenceurs nationaux, le message passe bien auprès de la cible visée. Avec des moyens plus ambitieux et une équipe d'influenceurs renommés mais chers, ces prises de parole auront un réel impact sur des jeunes en pleine recherche d'identité. Vendons-leur la vie sans tabac !

Les femmes enceintes justifient encore trop souvent leur tabagisme pendant la grossesse en prétextant vouloir éviter de stresser leur bébé si elles arrêtaient de fumer. Cette idée reçue, combattue depuis de nombreuses années par la plupart des professionnels de la périnatalité, a encore la vie dure. Une campagne multicanale sur les effets du tabagisme sur le fœtus et le bébé à naître doit être entreprise pour rétablir les vérités.

Donnons la dernière impulsion pour que la France soit libérée du tabac.

Ces mesures simples et concrètes auront des effets importants sur la perception du tabagisme dans notre société et permettront enfin de réduire considérablement la prévalence tabagique.

8. Donner aux agents de contrôle les moyens nécessaires à l'exercice de leur mission et les y former.

Face au plus important fléau de santé publique évitable jamais rencontré, il n'est plus acceptable de s'entendre dire que le vendeur à la sauvette, arrêté pour la Xème fois, a repris son trafic deux heures plus tard. Il n'est pas, non plus, normal de voir les terrasses fermées et couvertes des restaurants ou les quais de gare envahis par la fumée au vu et au su des agents chargés du contrôle, qui, eux-mêmes, contrevennent quelquefois à la loi.

9. Contrôler de manière efficace la vente aux mineurs.

Les buralistes ont besoin d'être aidés pour compenser la disparition progressive de leur clientèle tabac¹. Par convention² signée avec le ministre du budget, et en échange d'aides financières substantielles, ils se sont engagés à devenir des acteurs de la lutte contre la prévalence tabagique, particulièrement en refusant la vente aux mineurs prévue par la loi sur la modernisation de notre système de santé du 26 janvier 2016. Seuls, contrôles et sanctions exemplaires pourront venir à bout des nombreux manquements à ces obligations qui pénalisent les efforts de santé publique visant l'entrée dans le tabagisme.

SOURCES :



1. Le texte de loi

- 1 - <https://www.anpaa.asso.fr/loi-evin-elements-pour-un-debat-clair-et-objectif>
- 2 - Dans « les débits de boissons, les hôtels, les restaurants, les débits de tabac, les casinos, les cercles de jeux et les discothèques », les dispositions du décret Bertrand sont devenues obligatoires au 2 janvier 2008. Ministère des affaires sociales et de la santé, L'interdiction de fumer dans les lieux publics, www. (le 30 mai 2014, mise à jour le 2 novembre 2015 – consulté le 13 octobre 2020).
- 3 - Un nouveau rapport de l'OMS sur les tendances de la consommation de tabac est rendu public : <https://www.who.int/fr/news/item/19-12-2019-who-launches-new-report-on-global-tobacco-use-trends> (19 décembre 2019)
- 4 - Cour de cassation, civile, Chambre sociale, 3 juin 2015, 14-11.324 14-11.339, Inédit. Disponible sur : <https://www.legifrance.gouv.fr/juri/id/JURITEXT000030690554/>
- 5 - Ministère des affaires sociales et de la santé, L'interdiction de fumer dans les lieux publics, www.solidarites-sante.gouv.fr (le 30 mai 2014, mise à jour le 2 novembre 2015 – consulté le 13 octobre 2020). <https://solidarites-sante.gouv.fr/prevention-en-sante/addictions/article/l-interdiction-de-fumer-dans-les-lieux-publics>
- 6 - HILL Catherine, LAPLANCHE Agnès, Évolution de la consommation de cigarettes en France par sexe, 1900-2003, lecrips.net (2005). Consulté le 1er octobre 2020 et disponible sur http://mediatheque.lecrips.net/docs/PDF_GED/TO3517.pdf
- 7 - Pasquereau A, Andler R, Arwidson P, Guignard R, Nguyen-Thanh V. Consommation de tabac parmi les adultes : bilan de cinq années de programme national contre le tabagisme, 2014-2019. *Bull. Epidémiol. Hebd.* 2020;(14):273-81. Disponible sur http://beh.santepubliquefrance.fr/beh/2020/14/2020_14_1.html
- 8 - GUERIN Marion, Tabac : Claude Evin revient sur les dix ans de sa loi, pourquoidocteur.fr (2 février 2017). Consulté le 1er octobre 2020 et disponible sur <https://www.pourquoidocteur.fr/Articles/Question-d-actu/19676-Tabac-Claude-Evin-revient-sur-les-dix-ans-de-sa-loi>
- 9 - Projet ITC (Février 2015). Rapport national ITC France. Résultats des vagues 1 à 3 de l'enquête (2006-2012). Université de Waterloo, Waterloo, Ontario, Canada; Santé publique France, Saint-Maurice, France; Institut national du cancer (INCa), Boulogne-Billancourt, France. Disponible en français ou en anglais sur : <https://itcproject.org/findings/reports/itc-france-national-report-findings-waves-1-3-surveys-2006-2012-french/>
- 10 - Décision n° 90-283 DC du 8 janvier 1991. Disponible sur <https://www.conseil-constitutionnel.fr/decision/1991/90283DC.htm>
- 11 - Scollo M, Lal A, Hyland A, et al, Review of the quality of studies on the economic effects of smoke-free policies on the hospitality industry, *Tobacco Control* 2003 ; 12 : 13-20. <https://tobaccocontrol.bmj.com/content/tobaccocontrol/12/1/13.full.pdf> (consulté le 6 août 2020)
- 12 - New Investigation Exposes How Tobacco Companies Market Cigarettes on Social Media in the U.S. and Around the World, tobaccofreekids.org (27 août 2018). Consulté le 1er octobre

- 2020 et disponible sur https://www.tobaccofreekids.org/press-releases/2018_08_27_ftc
Where there's smoke, takepart.org. Disponible sur <https://www.takepart.org/wherethereissmoke/>
- 13 - RIGAUD Alain, BASSET Bernard et LECAS Franck, Terrorisme et tabagisme dans les lycées - Les éléments du débat, anpaa.asso.fr (30 août 2016 mis à jour 5 septembre 2016). Consulté le 5 octobre 2020 et disponible sur <https://www.anpaa.asso.fr/images/media/2016-03-telechargements/d-17-30-08-2016-terrorisme-tabagisme-lycees.pdf>
 - 14 - Projet Espace sans tabac, La Ligue contre le Cancer (18 décembre 2019). Consulté le 5 octobre 2020 et disponible sur https://www.ligue-cancer.net/article/52022_projet-espace-sans-tabac
 - 15 - Fumer tue. Jeter un mégot pollue en 4 points, Ministère de la transition écologique. Disponible sur https://www.ecologie.gouv.fr/sites/default/files/Fiche%20pollution%20m%C3%A9gots_VDEF.pdf
 - 16 - Poser une question, dnf.asso.fr. <https://dnf.asso.fr/vos-questions/>
 - 17 - Trouble de voisinage : nuisances olfactives (odeurs), Direction de l'information légale et administrative (vérifié le 30 décembre 2018). Consulté le 5 octobre 2020 et disponible sur <https://www.demarches.interieur.gouv.fr/particuliers/troubles-voisinage-nuisances-olfactives-odeurs>
 - 18 - Trouble de voisinage : nuisances olfactives (odeurs), Direction de l'information légale et administrative (vérifié le 30 décembre 2018). Consulté le 5 octobre 2020 et disponible sur <https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F19299>
 - 19 - Recherche de tribunaux, annuaires, Ministère de la justice. Accessible via <https://www.justice.fr/recherche/annuaires>
 - 20 - Convention-Cadre de l'OMS pour la lutte antitabac. Disponible sur <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/42812/9242591017.pdf>



2. La jurisprudence sur le respect de la loi Evin durant ses 30 années d'existence

- 1 - Projet ITC (Février 2015). Rapport national ITC France. Résultats des vagues 1 à 3 de l'enquête (2006-2012). Université de Waterloo, Waterloo, Ontario, Canada; Santé publique France, Saint-Maurice, France; Institut national du cancer (INCa), Boulogne-Billancourt, France. Disponible en français ou en anglais sur : <https://itcproject.org/findings/reports/itc-france-national-report-findings-waves-1-3-surveys-2006-2012-french/>
- 2 - Quatremère Guillemette, Pasquereau Anne, Guignard Romain, Andler Raphaël, Nguyen-Thanh Viêt, Exposition à la fumée de tabac sur le lieu de travail et au domicile entre 2014 et 2018 : résultats du baromètre de Santé publique France, Santé Publique France (6 février 2020, mis à jour 7 février 2020). Consulté le 9 octobre 2020 et disponible sur <https://www.santepubliquefrance.fr/determinants-de-sante/tabac/documents/rapport-synthese/exposition-a-la-fumee-de-tabac-sur-le-lieu-de-travail-et-au-domicile-entre-2014-et-2018-resultats-du-barometre-de-sante-publique-france>
- 3 - INSEE, Population active, insee.fr (26 mars 2019). Consulté le 9 octobre 2020 et disponible sur <https://www.insee.fr/fr/statistiques/3676623?sommaire=3696937>
- 4 - Circulaire DGS/MC2 n° 2008-292 du 17 septembre 2008 relative aux modalités d'application de la seconde phase de l'interdiction de fumer dans les lieux à usage collectif, disponible sur https://solidarites-sante.gouv.fr/fichiers/bo/2008/08-10/ste_20080010_0100_0132.pdf

- 5 - Vente de tabac, Ministère des solidarités et de la santé (30 mai 2014, mis à jour 7 décembre 2015). Consulté le 9 octobre 2020 et disponible sur <https://solidarites-sante.gouv.fr/prevention-en-sante/addictions/article/vente-de-tabac>
- 6 - Code général des Impôts, disponible sur https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000030062672/
- 7 - C. L., Publicité directe ou propagande en faveur du tabac : pas de cadeau pour les fabricants, *actu.dalloz-etudiant.fr* (7 janvier 2013). Consulté le 28 octobre 2020 et disponible sur <https://actu.dalloz-etudiant.fr/a-la-une/article/publicite-directe-ou-propagande-en-faveur-du-tabac-pas-de-cadeau-pour-les-fabricants/h/b7597f0118f67fb4638cf762670dd5a.html>
- 8 - British American Tobacco condamné pour publicité illicite https://www.lemonde.fr/vie-quotidienne/article/2013/09/20/british-american-tobacco-condamne-pour-publicite-illicite_6003624_5057666.html
- 9 - The Sport of Formula 1 Has Made More than \$4 Billion from Advertising Tobacco to Fans, *exposetobacco.org* (29 juillet 2020). Consulté le 16 novembre 2020 et disponible sur <https://exposetobacco.org/news/f1-advertises-tobacco/>
- 10 - SSTIE-texte-21579.pdf (*ineris.fr*)
- 11 - LOI n° 2016-41 du 26 janvier 2016 de modernisation de notre système de santé. Disponible sur <https://www.legifrance.gouv.fr/dossierlegislatif/JORFDOLE000029589477/>
- 12 - Loi de modernisation de notre système de santé, Ministère des solidarités et de la santé. Consulté le 16 novembre 2020 et disponible sur <https://solidarites-sante.gouv.fr/systeme-de-sante-et-medico-social/loi-de-modernisation-de-notre-systeme-de-sante/>

3. Le tabagisme, un fléau sanitaire

- 1 - Les ventes de tabac par adulte (15 ans et plus) en France entre 1860 et 1996 - source SEITA et INSEE - Catherine Hill
- 2 - Les Français et la prévention de l'alcoolisme et du tabagisme » étude réalisée pour l'instance d'évaluation, septembre 1998)
- 3 - BEH n° 21-22/2005 Évolution de la consommation de cigarettes en France par sexe, 1900-2003
- 4 - CREDOC : « Les Français et la prévention de l'alcoolisme et du tabagisme », étude des effets de la loi Evin sur la consommation d'alcool et de tabac, septembre 1998.
- 5 - Trente ans de communication contre le tabac : les campagnes CFES-Inpes de 2001 à 2011.
- 6 - IGAS- Bernadette Roussille - L'interdiction de fumer dans les lieux accueillant du public en France - décembre 2005.
- 7 - <https://www.lefigaro.fr/mon-figaro/2013/02/18/10001-20130218ARTFIG00642-delau-nay-reved-un-paquet-de-cigarettesa-10-euros.php>
- 8 - Évolution des nombres de décès attribuables au tabagisme chez les hommes et les femmes de 2000 à 2015, France métropolitaine - BEH- mai 2019
- 9 - Changes in tobacco-related morbidity and mortality in French women: worrying trends. *European Journal of Public Health*, ckz171.
- 10 - INSERM et DREES, Enquête nationale périnatale - Rapport 2016 : les naissances et les établissements, situation et évolution depuis 2010, octobre 2017.
- 11 - Fentes faciales (« bec de lièvre »), craniosténoses.
- 12 - www.grossessesanstabac.fr

- 13 - *American Journal of Human Genetics*- mars 2016
- 14 - European School Survey Project on Alcohol and other Drugs 2019 (ESPAD)
- 15 - Une étude sur l'usage de la cigarette et l'e-cigarette chez les adolescents, menée par Elodie Gentina, Pierre-françois Dancoine, tabacologue à l'hôpital Privé de la Louvière et à l'hôpital de Wattrelos et Dilek Kilic, *internationale Public Health*
- 16 - HIRAYAMA T. - Non-smoking wives of heavy smokers have a high risk of lung cancer : a study from Japan. *Br Med J.* 1981, 282 , 183-185.
- 17 - TUBIANA M. — Rapport sur le tabagisme passif. *Bull. Acad. Natle Méd.*, 1997, 181, 727-735.
- 18 - DNF - Le tabac en France entre 2006 et 2009 - Evolution des comportements, détournement de la Loi et nouvelles menaces
- 19 - BEH 15- mai 2016.
- 20 - http://beh.santepubliquefrance.fr/beh/2011/20_21/index.htm
- 21 - Enquêtes Escapad, OFDT, <https://www.ofdt.fr/enquetes-et-dispositifs/escapad/>
- 22 - Enquête ARAMIS -2018- OFDT <https://www.ofdt.fr/BDD/publications/docs/eftxi0y1.pdf>
- 23 - <https://www.economie.gouv.fr/signature-protocole-accord-transformation-reseau-buralistes>
- 24 - https://www.ieseg.fr/wp-content/uploads/2015/06/e-cigarette_Pourquoi-%C3%A7a-marche-chez-les-ados_AEFIna_L_.pdf

4. 30 ans et après ? 9 mesures pour libérer la France du tabac

- 1 - Notion importante à préciser : diminuer de 10% son nombre de client en augmentant ses prix de 15% rapporte 5% de recettes supplémentaires.
- 2 - <https://www.economie.gouv.fr/signature-protocole-accord-transformation-reseau-buralistes>

CRÉDIT PHOTOGRAPHIQUE :

Photographies de Claude Evin : ©Claude Essertel
 excepté p3 : ©Claude Evin
 Autres images : <https://stock.adobe.com/>

1991 - 2021

30 ANS DE LOI EVIN, ET APRÈS ?



Rédactrices :

Céline Fournier (Responsable communication)

Marion Terle (Directrice)

Relectrices / relecteur :

Marianne Charamon (Chargée de projets)

Alice Hugo (Chargée de gestion administrative)

Gérard Audureau (Président)

Création et exécution graphique :

Laurent Gehring (Secrétaire général)

Partenaire financier :

Direction générale de la santé

Le contenu de ce document relève de la seule responsabilité de DNF et ne peut aucunement être considéré comme reflétant le point de vue du financeur.



**DEMAIN SERA
NON FUMEUR**

13 rue d'Uzès
75 002 PARIS
Tel: 01 42 77 06 56
contact@dnf.asso.fr
<https://dnf.asso.fr>

