

Rapport 30 ans de loi Evin : 9 mesures pour libérer la France du tabac

Paris, le 14 janvier 2021 : En janvier 1991, la France a fait preuve de courage en promulguant la loi Evin qui a marqué un véritable tournant dans la lutte contre le tabagisme. DNF, dans un rapport publié ce jour et préfacé par Claude Evin, revient sur ces 30 années de loi Evin et sur la situation actuelle de la lutte antitabac. Alors que les derniers indicateurs sont au vert, il reste encore des efforts pour atteindre la première génération sans tabac.

« 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. » explique Claude Evin dans le rapport « 30 ans de loi Evin, et après ? » publié ce jour par DNF. Il revient ainsi sur la genèse de la Loi qui porte désormais son nom.

Cette loi qui a tout changé ; DNF, dont l'accompagnement juridique des victimes du tabagisme est le cœur de métier, a souhaité en faire le sujet de ce rapport complet sur les 30 dernières années de lutte contre le tabac. En légiférant dès 1991, notre pays, en véritable pionnier, a très rapidement réagi au fléau sanitaire que représentait le tabac.

Plus de 100 pages d'analyses qui permettent à DNF de proposer 9 Mesures qui apparaissent indispensables pour enfin libérer la France du tabac et atteindre la première génération sans tabac en 2032.

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 plus de 3h 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 communications, interdites par la loi, doivent impérativement 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 possiblement moins dangereuse mais tout aussi addictive que la cigarette manufacturée ; ils souhaitent secrètement que la dépendance à la nicotine les fasse revenir à leurs premières amours.

7

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 enfumées ou les quais de gare envahis par la fumée au vu et au su des agents chargés du contrôle, qui, eux-mêmes, contreviennent quelquefois à la loi.

8

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 encore des taux élevés de prévalence chez les adolescents et les femmes enceintes.

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.

9

Contrôler de manière efficace la vente aux mineurs.

Les buralistes ont besoin d'être aidés pour compenser la disparition progressive de leur clientèle tabac.

Par convention 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.

1991 - 2021

30 ANS
DE LOI
EVIN,
ET
APRÈS ?

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.

>> Le rapport « 30 ans de loi Evin et après ? » est disponible sur le site www.dnf.asso.fr.



A propos de DNF - demain Sera Non Fumeur

Anciennement Droits des Non Fumeurs, DNF vient de changer d'identité pour mieux refléter l'ensemble de ses actions.

DNF intervient quotidiennement depuis 1973 pour défendre les victimes du tabagisme.

L'action de DNF en résumé :

- Sensibiliser aux dangers du tabagisme

- Assurer le droit des non-fumeurs à respirer un air sain
- Informer sur les mesures anti-tabac.

DNF a une mission d'utilité publique en France métropolitaine, en France d'Outremer, dans l'Union européenne et à l'International et participe activement à la mise en application de la Convention Cadre de Lutte Anti-Tabac de l'OMS.

Pour plus d'informations
www.dnf.asso.fr

Contacts Presse

Service communication DNF
Céline Fournier
communication@dnf.asso.fr
Tel. 06.78.26.07.37

Gérard Audureau
Président DNF
Tel : 06.83.51.88.14