

“opinionway pour 

Lieux sans tabac

Résultats de l'étude omnibus – 1^{er} Juillet 2022



ESOMAR²²
Corporate





Les Français et le tabac dans les lieux publics

DNF a sollicité OpinionWay pour connaître les lieux dans lesquels les **Français souhaiteraient que la consommation de tabac soit interdite**

*Cette étude fait suite à celles de mai 2019 et mai 2021.
Les résultats de 2019 et 2021 sont indiqués en rappel.*





La méthodologie



“ La méthodologie



Echantillon de **1030 Français** âgés de 18 ans et plus, représentatifs de la population française au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socio-professionnelle et de région de résidence (source de quotas: INSEE)



L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview) via notre omnibus.



Les interviews ont été réalisées **du 23 au 28 juin 2022**.

Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.



OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**



Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude à 95% soit 1,35 à 3,10 points au plus pour l'échantillon de 1000 répondants.



Questionnaire



Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :

« Sondage OpinionWay pour DNF »

et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.



Le profil des répondants

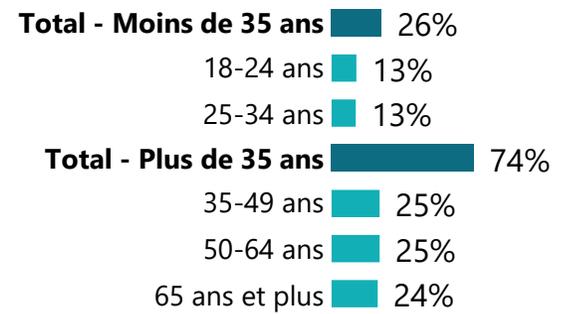




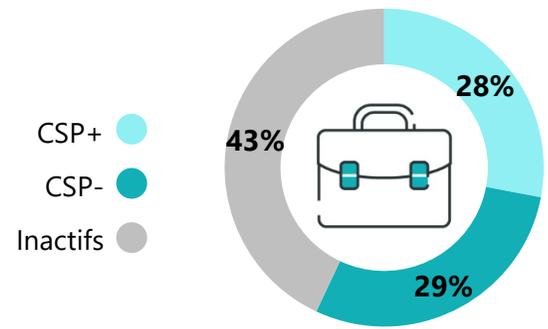
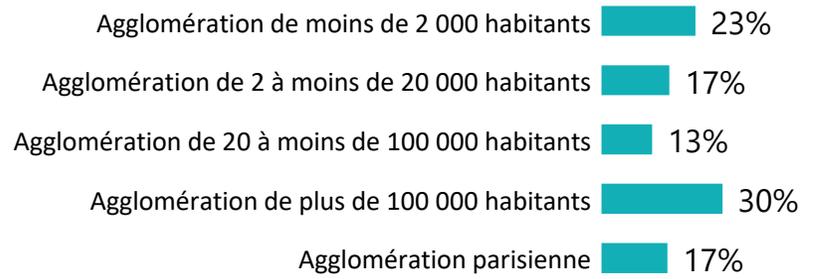
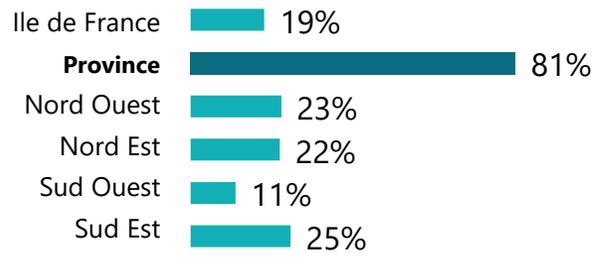
Le profil des répondants



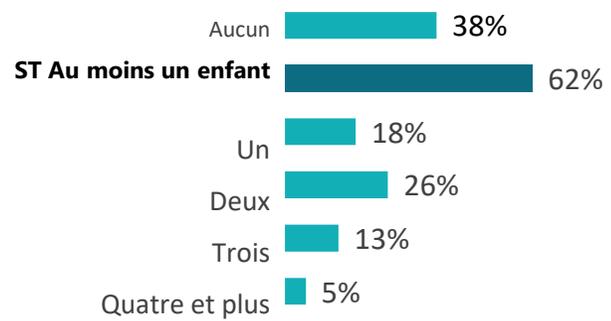
Age moyen : **49,2 ans**



TOTAL
N = 1030



Nombre d'enfants :



Vit en couple :
62%

Vit seul :
38%



Résultats





Une majorité de Français se prononce en faveur de l'interdiction du tabac (pour eux et leur famille) sur les terrasses de cafés / de restaurants et dans les files d'attente. Une diminution des citations des abribus, du domicile et de la rue.

Q1. Dans quel(s) lieu(x) souhaiteriez-vous, et votre famille, ne plus être exposés au tabac ?

Base : à tous (1030)



Les lieux sans tabac souhaités par les Français



Dans les espaces de loisirs tels que les stades, les parcs d'attraction...



Sur les terrasses de cafés et de restaurants



Dans les files d'attente



Sur les plages



Aux abords des établissements scolaires



Dans les jardins publics



Sous les abribus



Dans les domiciles



Dans la rue

Aucun de ces lieux

53%

53%

60 ans et + : 61%

49%

47%

45%

Ont des enfants de moins de 18 ans : 54%

39%

38% ↓

38% ↓

25% ↓

16%

4,6
lieux en moyenne

| | Rappel – Résultats de 2021 | Rappel – Résultats de 2019* |
|--|----------------------------|-----------------------------|
| Sur les terrasses de cafés et de restaurants | 56% ↑ | 48% |
| Dans les files d'attente | 57% ↑ | 50% |
| Sur les plages | 48% ↓ | 53% |
| Dans les espaces de loisirs tels que les stades, les parcs d'attraction... | 49% | 48% |
| Aux abords des établissements scolaires | 46% | 49% |
| Dans les jardins publics | 40% | 38% |
| Sous les abribus | 43% | 43% |
| Dans les domiciles | 44% | Non posé |
| Dans la rue | 29% ↑ | 20% |
| Aucun de ces lieux | 14% | 16% |



RENDRE LE MONDE INTELLIGIBLE POUR AGIR AUJOURD'HUI ET IMAGINER DEMAIN

WE ARE DIGITAL !

Fondé en 2000 sur cette idée radicalement innovante pour l'époque, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion.

Forte d'une croissance continue depuis sa création, l'entreprise n'a eu de cesse de s'ouvrir vers de nouveaux horizons pour mieux adresser toutes les problématiques marketing et sociétales, en intégrant à ses méthodologies le Social Média Intelligence, l'exploitation de la smart data, les dynamiques créatives de co-construction, les approches communautaires et le storytelling.

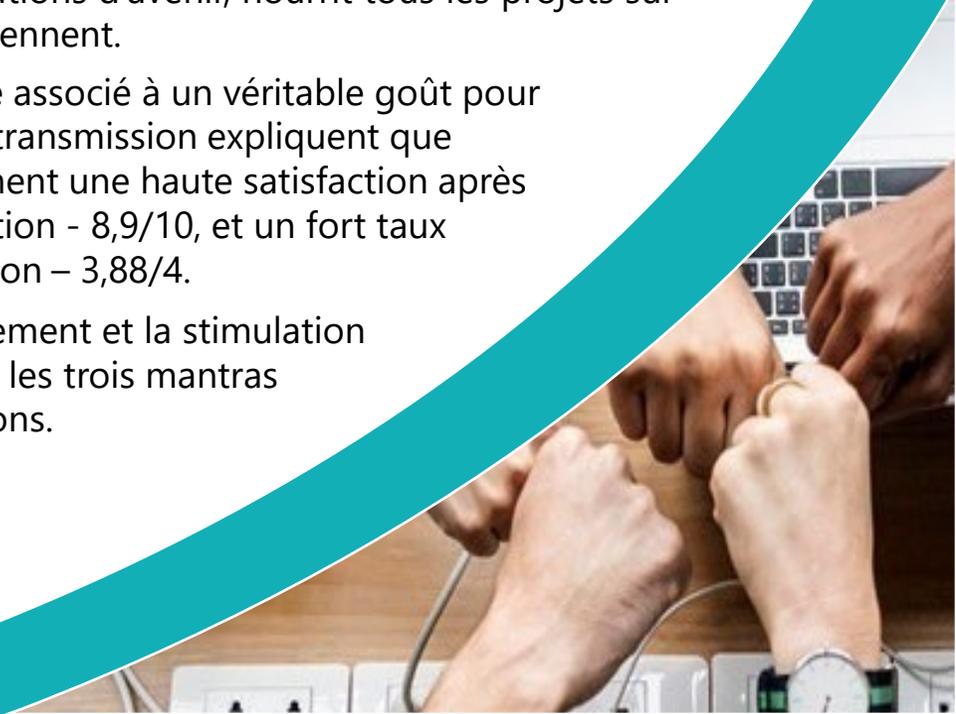
Aujourd'hui OpinionWay poursuit sa dynamique de croissance en s'implantant géographiquement sur des zones à fort potentiel que sont l'Europe de l'Est et l'Afrique.

C'est la mission qui anime les collaborateurs d'OpinionWay et qui fonde la relation qu'ils tissent avec leurs clients.

Le plaisir ressenti à apporter les réponses aux questions qu'ils se posent, à réduire l'incertitude sur les décisions à prendre, à tracker les insights pertinents et à co-construire les solutions d'avenir, nourrit tous les projets sur lesquels ils interviennent.

Cet enthousiasme associé à un véritable goût pour l'innovation et la transmission expliquent que nos clients expriment une haute satisfaction après chaque collaboration - 8,9/10, et un fort taux de recommandation – 3,88/4.

Le plaisir, l'engagement et la stimulation intellectuelle sont les trois mantras de nos interventions.





RESTONS CONNECTÉS !

www.opinion-way.com



Envie d'aller plus loin ?

Recevez chaque semaine nos derniers résultats d'études dans votre boîte mail en vous abonnant à notre

[newsletter !](#)

“*opinionway*”

15 place de la République
75003 Paris

PARIS
CASABLANCA
ALGER
VARSOVIE
ABIDJAN

Vos contacts

Eva BOUCHETEIL
Directrice Conseil

Louise BASTIEN
Cheffe de projet

Joëlle CHAWKI
Assistante chargée d'études