

Lieux sans tabac : mesures de 2026

Rapport de l'étude | Juillet 2026



Les objectifs

Les Français et le tabac dans les lieux publics

DNF a sollicité **OpinionWay Healthcare** pour connaître **les lieux dans lesquels les Français souhaiteraient que la consommation de tabac soit interdite** et l'impact sur leur **fréquence de fréquentation** si les terrasses des cafés et restaurants **devenaient entièrement non-fumeurs**.

*Cette étude fait suite à celles de 2019, 2021, 2022, 2024 et 2025.
Les résultats de ces précédentes études sont indiqués en rappel.*



La méthodologie

La méthodologie

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



Echantillon de **1012 personnes, représentatif de la population française** âgée de 18 ans et plus.

L'échantillon a été constitué selon la **méthode des quotas**, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.



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



Questionnaire



Les interviews ont été réalisées **du 26 au 29 juin 2026**.

via notre panel propriétaire et via le panel notre partenaire Bilendi - 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 : 1,4 à 3,1 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.



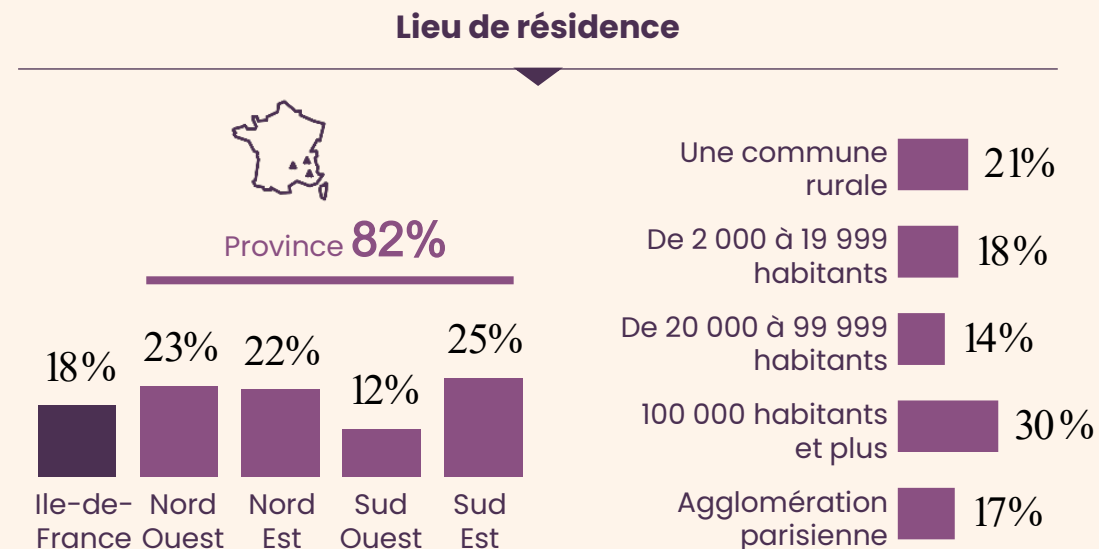
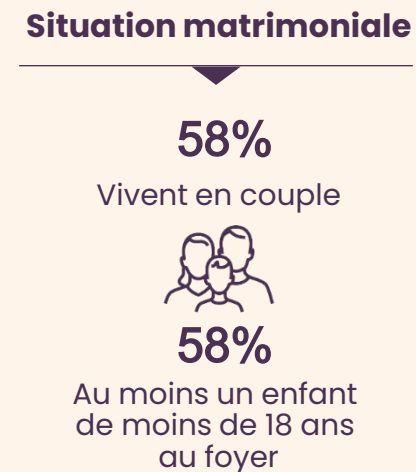
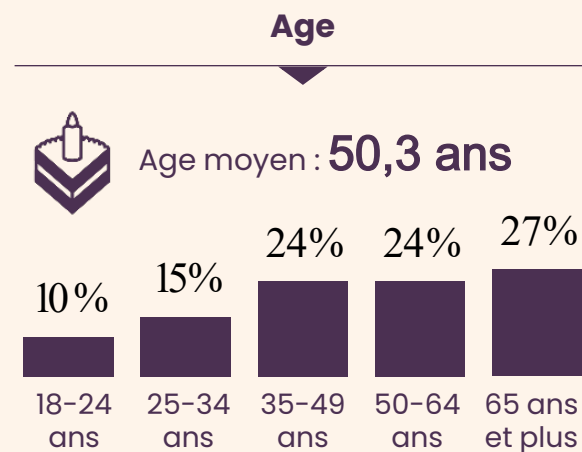
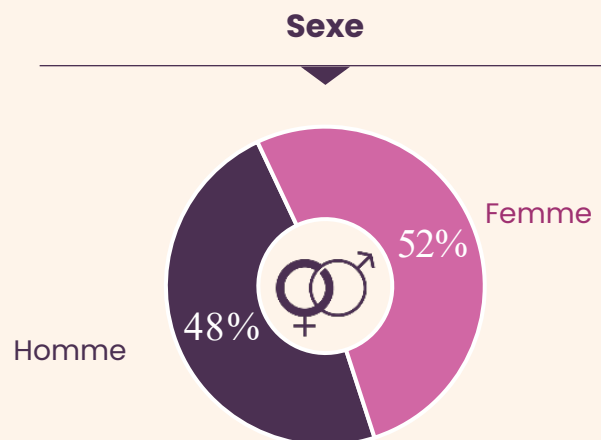
Le profil de l'échantillon

opinionway
HEALTHCARE

Le profil de l'échantillon

Population française âgée de 18 ans et plus.

Source : INSEE





Les résultats

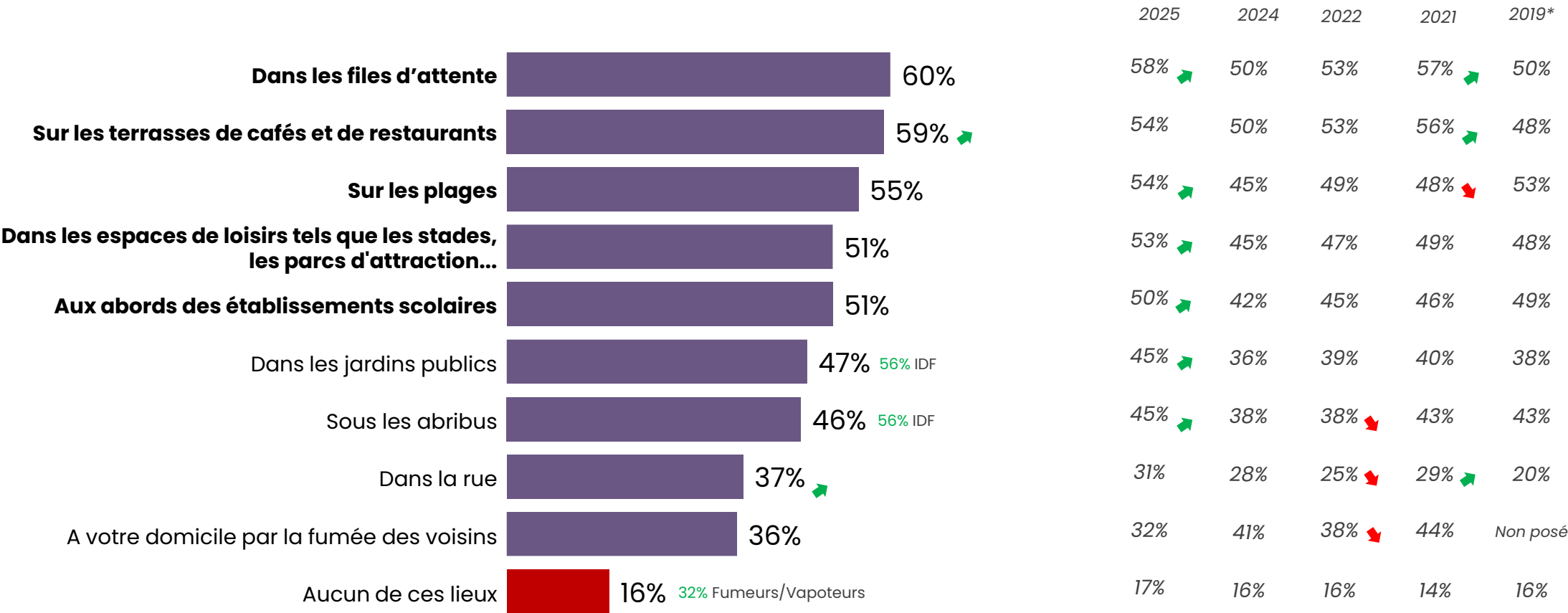


Les files d'attente, les terrasses de cafés et restaurants, les plages, les espaces de loisirs ainsi que les abords des établissements scolaires représentent les lieux les plus évoqués. Notons que les terrasses de cafés et restaurants ainsi que la rue sont des lieux plus cités lors de cette vague.

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

Base Ensemble : 1012 / Plusieurs réponses possibles, résultats supérieurs à 100%

Rappel des résultats



5,3

lieux cités en moyenne

5,7 Ceux qui ne fument pas ni ne vapotent

*[Rappel question 2019 : Parmi les lieux suivants, dans lesquels souhaiteriez-vous l'interdiction de la cigarette ?]

**Item modifié lors de la vague de 2025, anciennement « Dans les domiciles »

↗ ↘ Evolution significative positive / négative par rapport à la vague précédente

xx% - Ecart significatif positif par rapport au total

Notons que les non-fumeurs et les non vapoteurs déclarent souhaiter davantage que la moyenne ne plus être exposés au tabac dans chacun de ces lieux



Finale­ment si les terrasses des cafés et res­taurants de­venaient en­tiè­re­ment non-fu­meurs à l'a­ve­nir, 48% des Fran­çais pour­raient s'y ren­dre d'a­van­ta­ge qu'au­jourd'hui – un ré­sul­tat en hausse par rap­port à la der­nière me­sure.

Q2. En tenant compte de votre fréquentation actuelle des terrasses de cafés et restaurants, et si celles-ci devenaient entièrement non-fumeurs à l'avenir, laquelle de ces phrases décrit le mieux ce que vous feriez ?

Base Ensemble : 1012

2025

Je vais **déjà en terrasse** et j'irais **plus souvent** si elles étaient non-fumeurs

31% 41% Moins de 35 ans

31%

Je vais **déjà en terrasse** et j'irais **moins souvent** si elles étaient non-fumeurs

7%

12% CSP-
12% Locataire
25% Ceux qui fument et/ou vapotent
... dont 30% auprès des fumeurs
... dont 18% auprès des vapoteurs

11%

Je vais **déjà en terrasse** et cela **ne changerait pas la fréquence** à laquelle j'y vais

28% 42% Ceux qui fument et/ou vapotent
... dont 44% auprès des fumeurs

28%

Je **ne vais pas en terrasse** actuellement, mais des terrasses non-fumeurs **me donneraient envie d'y aller**

17%

21% Ceux qui ne fument pas ni ne vapotent

13%

Je **ne vais pas en terrasse** actuellement et cela **ne changerait rien**, je n'irais pas davantage

17%

17%

55% Ceux qui ne fument pas ni ne vapotent
Sous-Total Pourraient s'y rendre plus souvent : 48% ↗
44%



Détail selon les fumeurs, les vapoteurs, les non-fumeurs et non vapoteurs : les non-fumeurs et non vapoteurs déclarent davantage que la moyenne pouvoir se rendre plus souvent en terrasses si celles-ci devenaient entièrement non-fumeur à l'avenir.

Q2. En tenant compte de votre fréquentation actuelle des terrasses de cafés et restaurants, et si celles-ci devenaient entièrement non-fumeurs à l'avenir, laquelle de ces phrases décrit le mieux ce que vous feriez ?

Base Ensemble

	Total	ST Fument et/ou vapotent	... dont fument uniquement	... dont vapotent uniquement	Ne fument ni ne vapotent
Base	1012	206	128	52	806
Sous-Total Pourraient s'y rendre plus souvent	48%	20%	12%	33%	55%
Je vais déjà en terrasse et j'irais plus souvent si elles étaient non-fumeurs	31%	18%	11%	31%	34%
Je vais déjà en terrasse et j'irais moins souvent si elles étaient non-fumeurs	7%	25%	30%	18%	2%
Je vais déjà en terrasse et cela ne changerait pas la fréquence à laquelle j'y vais	28%	42%	44%	40%	25%
Je ne vais pas en terrasse actuellement, mais des terrasses non-fumeurs me donneraient envie d'y aller	17%	2%	1%	2%	21%
Je ne vais pas en terrasse actuellement et cela ne changerait rien , je n'irais pas davantage	17%	13%	14%	9%	18%

opinionway

PARIS • BORDEAUX • VARSOVIE • CASABLANCA • ABIDJAN

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*



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

Je m'abonne

Votre contact OpinionWay

Nadia AUZANNEAU

Directrice Générale Adjointe
Directrice du pôle Healthcare/Advanced
Methods
Responsable RSE

01 81 81 83 42/06 86 28 69 75
nauzanneau@opinion-way.com

ESOMAR²⁵
Corporate

