

PERCEPTIONS ET CONSOMMATION DU TABAC À ROULER PAR DES JEUNES FRANÇAIS : ÉTUDE EXPLORATOIRE

// PERCEPTIONS AND CONSUMPTION OF ROLL-YOUR-OWN TOBACCO BY FRENCH YOUNG PEOPLE: AN EXPLORATORY RESEARCH

Karine Gallopel-Morvan¹ (karine.gallopel-morvan@ehesp.fr), Janet Hoek², Anne-Flore Bue³, Juan Rey Miguel⁴

¹ École des hautes études en santé publique, EA 7348 MOS, Rennes, France

² Université d'Otago, département Marketing, Dunedin, Nouvelle-Zélande

³ Cellule de veille, d'alerte et de gestion sanitaire (CVAGS), Agence régionale de santé Bretagne, Rennes, France

⁴ Université de Grenade, Grenade, Espagne

Soumis le 30.01.2018 // Date of submission: 01.30.2018

Résumé // Abstract

Contexte – Les ventes de tabac à rouler (TAR) ont augmenté ces dernières années en France, en particulier auprès des jeunes. Or peu d'études ont été réalisées pour comprendre et explorer ce phénomène. L'objectif de cet article est de présenter les résultats d'une enquête qualitative menée auprès de jeunes Français.

Méthodes – En mai-juin 2016, 25 entretiens individuels semi-directifs ont été réalisés auprès de jeunes fumeurs de TAR (18-25 ans). Les thèmes abordés étaient : les débuts de leur consommation de TAR, les motivations, les freins, la perception de la qualité, de la dangerosité, etc. de ce produit. Les entretiens ont été intégralement retranscrits et analysés manuellement (analyse de contenu thématique).

Résultats – Les raisons évoquées du transfert de la consommation de tabac manufacturé vers le TAR sont un prix plus faible et l'influence des amis. D'autres avantages sont mis en avant : la possibilité de personnaliser sa cigarette et sa consommation, le rituel de rouler sa cigarette qui procure hédonisme, amusement et prolonge le plaisir de la pause cigarette, l'impression de fumer un produit plus naturel et moins dangereux et le sentiment d'acheter un paquet qui dure plus longtemps. Dans une moindre mesure, des freins tels que l'odeur, la perception d'une dangerosité et d'une addiction supérieures ainsi que l'aspect moins esthétique ont également émergé de ces entretiens.

Conclusion – Ces perceptions et modes de consommation particuliers invitent à réfléchir à des messages de prévention ciblés.

Background – Roll-Your-Own (RYO) sales have increased in France over recent years, particularly among young people. However, very little research has been conducted to explore this trend. This article presents the results of the qualitative survey among French young adults.

Methods – Twenty five individual in-depth interviews were undertaken between May-June 2016 with RYO users aged 18-25. The interviews explored participants' RYO initiation, motivations and barriers to smoking RYO, perceptions of the risks and benefits posed by this type of tobacco, etc. All interviews were transcribed and manually analyzed using a thematic analysis approach.

Results – The main reasons for switching from manufactured tobacco to RYO were the lower cost of RYO tobacco and friends' influence. Other perceived benefits associated with RYO included cigarette and consumption personalization, rolling rituals that provided pleasure and extended cigarette breaks, beliefs that RYO was more natural and less harmful than manufactured tobacco, and the perception RYO tobacco could be eked out more effectively. Negative attributes associated with RYO tobacco included the smell, higher risk perceptions, addiction, and cigarette design.

Conclusion – RYO tobacco has become increasingly popular with young adults; these findings highlight attributes that RYO prevention campaigns could target.

Mots-clés : Tabac, Tabac à rouler, Jeunes

// **Keywords**: Tobacco, Roll-your-own tobacco, Young adults

Introduction

En France métropolitaine, la consommation de tabac à rouler (TAR) a augmenté ces dernières années : en 2005, 8,9% des fumeurs (hors fumeurs de cigares, cigarillos, pipe, chicha) consommaient exclusivement du TAR, 15,2% en 2014 puis 18,6% en 2017¹. Par ailleurs, si les ventes de cigarettes manufacturées restent majoritaires, le TAR représentait environ 11%

du marché du tabac en France en 2005 contre 16% en 2016². Cette tendance à la hausse est constatée dans d'autres pays où les fumeurs réagissent aux augmentations de prix du tabac manufacturé³⁻⁶.

Très peu d'études ont été réalisées pour mieux comprendre et explorer ce phénomène (aucune en France, à notre connaissance). Les rares recherches publiées mettent en évidence que l'usage

du TAR a augmenté auprès des jeunes et des populations défavorisées⁶. Par ailleurs, le profil des fumeurs de TAR est le suivant⁷ : un revenu moyen annuel plus faible que celui de la population, plutôt des hommes, des jeunes, des personnes plus dépendantes au tabac et qui pensent que le TAR est moins dangereux que d'autres formes de tabac. En France, un sondage réalisé sur des fumeurs de TAR a montré que les principales raisons à sa consommation étaient le prix (91,5%), le goût (33%) et un danger moindre perçu sur la santé (18,2%)⁸. Enfin, une étude qualitative conduite auprès de jeunes Néo-Zélandais a montré qu'au-delà du faible prix, les motivations à fumer du TAR sont multiples : produit naturel, meilleur goût, tabac qui facilite les interactions avec les autres, satisfaction de rouler et de créer des cigarettes personnalisées et artisanales, rituel pour rouler sa cigarette, etc.⁹.

L'objectif de cette étude était de compléter les rares recherches menées sur les consommateurs de TAR. En particulier, il s'agissait d'évaluer la perception, les motivations et les comportements de jeunes Français dans le cadre d'une étude qualitative exploratoire.

Méthode

En mai et juin 2016 (avant les augmentations de prix du TAR et avant la mise en place du paquet de cigarettes neutre), 25 fumeurs de TAR (13 hommes et 12 femmes âgés de 18 à 25 ans) ont été interrogés dans le cadre d'entretiens individuels semi-directifs. Ils ont été recrutés dans des universités, des écoles ou des parcs à Rennes. Après leur avoir présenté l'objectif de l'étude, ils répondaient à quelques questions sur leur tabagisme et leur profil sociodémographique : type de tabac consommé (manufacturé et/ou TAR), nombre de cigarettes fumées, âge, etc. Si les personnes fumaient du TAR et étaient d'accord puis disponibles pour y répondre, un entretien enregistré d'environ 30 à 45 minutes avait alors lieu (l'anonymat des participants était garanti). Les répondants étaient interrogés sur leurs débuts et leur initiation au TAR, leurs perceptions, freins et motivations à la consommation (de manière générale et en comparaison avec les cigarettes manufacturées) ; leur pratique (marque achetée, etc.), leurs perceptions et attitudes à l'égard des accessoires vendus en France (filtres, feuilles, rouleuses, tubeuses). À l'issue des échanges, ils étaient invités à signer un formulaire de consentement d'utilisation de leurs propos. Les 25 entretiens ont été intégralement retranscrits sous Word et ont fait l'objet d'une analyse de contenu thématique manuelle.

Résultats

Échantillon

Sur l'ensemble de l'échantillon (n=25), 24 jeunes étaient des fumeurs quotidiens (de 5 à 25-30 cigarettes par jour) et 1 était fumeur occasionnel. Une majorité de l'échantillon (n=22) consommait exclusivement du TAR au quotidien (3 consommaient

du TAR et des cigarettes manufacturées), alors qu'en soirée, la consommation était mixée. Parmi les répondants, 22 étaient des étudiant(e)s et 3 des employées (tableau).

TAR : usage, pratique, initiation

La consommation de la première cigarette s'est produite vers l'âge de 14-18 ans (avec deux extrêmes à 10 et 22 ans). Une majorité de l'échantillon (n=23) a commencé à fumer des cigarettes manufacturées. Puis, après quelques mois pour certains, quelques années pour d'autres, les répondants ont commencé à fumer du TAR. La plupart (n=19) s'est initiée au TAR sous l'influence de leurs amis qui, au collège, au lycée ou en soirée, fumaient ce type de tabac. Environ la moitié des répondants ont dit apprécier peu, au départ, le goût du TAR.

Au moment de l'étude, certains jeunes consommaient toujours du tabac manufacturé, mais seulement dans certains contextes (en soirées, avec des amis, quand on leur en propose), alors que le TAR était la cigarette fumée au quotidien. Les marques et types de TAR consommés étaient variés : « *Drum, Drum menthol, 1637, Winston, Fleur de pays, Interval, Fairgreen, Camel, Rasta, Philip Morris, Ajja 17, Pueblo, Marlboro* » etc. ; tabacs plus ou moins gras, plus ou moins forts ; « *100% tabac* », « *sans pesticide, sans additif* », « *fabrication française, locale* », « *tabac du sud-ouest* », etc. En termes de format, ce sont majoritairement des blagues de 30 ou 40 grammes qui étaient achetées par les jeunes interrogés, paquet qui durait de 1 à 3 semaine(s) selon leur tabagisme et selon la manière de rouler (ils fabriquaient de 40 à 100 cigarettes). Les accessoires achetés étaient les filtres (plus ou moins fins, faciles à transporter, en sachet ou en paquet, biodégradables), les feuilles à rouler (« *OCB, Rizzla, Zig-zag* » ; bio, chanvre ; plus ou moins épaisses) et, pour certains répondants, des pochettes pour stocker l'ensemble du matériel (mais pour la majorité, le tabac et ses accessoires étaient stockés dans la blague). La rouleuse et la tubeuse étaient très peu citées par les participants qui préféraient rouler à la main. Le coût des accessoires et du TAR s'élevait à environ 9-12 euros par semaine ou par mois selon le tabagisme des jeunes interrogés.

Les motivations à la consommation de TAR

Le prix du TAR, beaucoup plus faible que celui du tabac manufacturé, est la motivation citée par tous les répondants (pour rappel, l'échantillon était composé d'étudiants et d'employées) : « *C'est le même prix et on fait beaucoup plus de cigarettes* » (homme, 23 ans) ; « *C'est moins cher, beaucoup plus économique* » (femme, 18 ans).

Au-delà de cette dimension financière, les motivations à fumer du TAR étaient nombreuses. En premier lieu, son goût était apprécié (22 répondants), jugé moins écœurant, meilleur, plus proche du « vrai » goût du tabac, moins fort, plus savoureux : « *Je trouve qu'on sent vraiment moins le goût du tabac dans une industrielle* » (femme, 24 ans). En deuxième lieu, ce type de tabac serait, selon une majorité de jeunes (n=19),

Caractéristiques de l'échantillon interrogé

Code du participant	Sexe	Âge (ans)	Statut tabagique ; tabac consommé	Nombre de cigarettes	Activité
1.	H	24	Fumeur quotidien ; TAR seulement	10 par jour	Étudiant
2.	F	21	Fumeur quotidien ; TAR seulement	5 par jour	Étudiante
3.	H	24	Fumeur quotidien ; TAR seulement	10 par jour	Étudiant
4.	H	23	Fumeur occasionnel ; TAR seulement	10 par semaine	Étudiant
5.	F	23	Fumeur quotidien ; TAR seulement	10 par jour	Étudiante
6.	H	22	Fumeur quotidien ; TAR seulement	15 par jour	Étudiant
7.	H	23	Fumeur quotidien ; TAR seulement	10 par jour	Étudiant
8.	F	20	Fumeur quotidien ; TAR seulement	5 par jour	Étudiante
9.	H	19	Fumeur quotidien ; TAR seulement	10 par jour	Étudiant
10.	H	24	Fumeur quotidien ; TAR seulement	15 par jour	Étudiant
11.	H	24	Fumeur quotidien ; TAR seulement	5 par jour	Étudiant
12.	F	21	Fumeur quotidien ; TAR seulement	50 par jour	Employée
13.	F	24	Fumeur quotidien ; TAR seulement	8 par jour	Employée
14.	F	22	Fumeur quotidien ; TAR seulement	20 par jour	Employée
15.	F	18	Fumeur quotidien ; TAR seulement	10 par jour	Étudiante
16.	H	23	Fumeur quotidien ; TAR seulement	15-20 par jour	Étudiant
17.	H	22	Fumeur quotidien ; TAR et cigarettes manufacturées	10 par jour, dont 2 cigarettes roulées	Étudiant
18.	H	20	Fumeur quotidien ; TAR seulement	25-30 par jour	Étudiant
19.	F	18	Fumeur quotidien ; TAR seulement	10 par jour	Étudiante
20.	F	22	Fumeur quotidien ; TAR seulement	5-6 par jour	Étudiante
21.	F	18	Fumeur quotidien ; TAR et cigarettes manufacturées	10 par jour, dont 8 cigarettes roulées	Étudiante
22.	H	19	Fumeur quotidien ; TAR et cigarettes manufacturées	6 par jour, dont 3 cigarettes roulées	Étudiant
23.	F	25	Fumeur quotidien ; TAR seulement	10 par jour	Étudiante
24.	H	18	Fumeur quotidien ; TAR seulement	10 par jour	Étudiant
25.	F	18	Fumeur quotidien ; TAR seulement	15 par jour	Étudiante

H : homme ; F : femme ; TAR : tabac à rouler.

beaucoup plus avantageux en termes de consommation. Ainsi, ils avaient moins besoin de compter leur consommation et ne se rendaient pas vraiment compte de la quantité fumée : « *Ce qui est cool avec le tabac à rouler, c'est que tu sais pas combien de clopes tu fumes par jour* » (femme, 23 ans) ; « *Presque un stock illimité* » (femme, 18 ans). En troisième lieu, le TAR était perçu comme moins dangereux que les cigarettes manufacturées (17 répondants) pour différentes raisons : il serait plus naturel que les cigarettes manufacturées, moins chimique, moins de choses seraient ajoutées dans le produit, il serait plus sain (car « *100% tabac* » est écrit sur les paquets), il ferait moins tousser, etc. : « *C'est artisanal, ça doit être moins nocif* » (femme, 24 ans) ; « *Il y a un côté plus naturel* » (homme, 18 ans) ; « *À partir du moment où on ne met pas de goudron, des produits chimiques dedans, ça reste une plante, ce n'est pas nocif* » (homme, 24 ans). En quatrième lieu, certains jeunes interrogés (n=17) appréciaient, avec le TAR, la possibilité de personnaliser leur cigarette. Selon l'envie et le moment, les cigarettes peuvent être petites ou grandes, fines ou plus épaisses, avec ou sans filtre, etc. : « *Cigarettes roulées*

genre sur-mesure » (homme, 20 ans) ; « *Tu choisis toi-même comment est-ce que tu la roules* » (homme, 20 ans). En cinquième lieu, l'acte de rouler était perçu par certains (n=15) comme une forme de rituel « *sympa* », « *cool* », associé à du plaisir et qui procurerait *in fine* une « *récompense* » (on mérite de fumer après avoir roulé sa cigarette). Savoir rouler se révèle également utile dans un contexte de consommation de cannabis, et rouler sa cigarette rendrait la consommation plus « *intelligente* » car le fumeur participe à la conception du produit qu'il utilise : « *Quelque chose de très addictif dans le simple fait de rouler la cigarette* » (femme, 21 ans) ; « *Ouais, c'est vraiment un petit rituel je pense* » [rouler] (femme, 25 ans) ; « *C'est une dernière forme d'artisanat* » (homme, 22 ans). En sixième lieu, le TAR posséderait des avantages sur le plan social (11 répondants) : il serait plus facile à offrir et à demander à des amis (car il ne coûte pas très cher), il existerait une aide entre fumeurs de TAR pour rouler, il serait également jugé plus convivial : « *Parce que j'en donne à tout le monde* » (femme, 24 ans). Enfin, deux derniers avantages cités par quelques-unes des personnes interrogées étaient l'odeur (n=3) (le TAR sentirait moins

mauvais et serait plus parfumé) et le fait qu'il se consumerait moins vite (ainsi les répondants ont l'impression de fumer moins et moins vite) (n=5) : « *Ce que j'aime bien avec les cigarettes à rouler, c'est que justement, on a encore plus le temps parce qu'elles ne se consomment pas* » (femme, 25 ans).

Les freins à la consommation de TAR

Au-delà des motivations, les répondants étaient également interrogés sur les éventuels freins à la consommation de TAR. Ils ont cité des inconvénients, mais en nombre inférieur aux avantages recensés (sans surprise puisque les jeunes interrogés étaient des consommateurs de TAR).

Les principaux problèmes évoqués étaient les dangers associés au TAR (14 personnes) puis les contraintes liées à l'acte de rouler (n=12). En termes de danger, certains pensaient que le risque associé au TAR est identique à celui du tabac manufacturé (surtout si des additifs sont ajoutés au TAR), alors que d'autres estimaient que le TAR serait plus dangereux car il n'y a pas de filtre (donc la fumée rentre directement dans la bouche), ou car le tabac est plus concentré, car les dents deviendraient jaunes plus facilement, etc. : « *Dans une roulée, y'a plus de tabac, on fume plus* » [donc, c'est plus nocif] (femme, 18 ans). Rouler sa cigarette était également perçu par certains comme une contrainte car cela prend du temps et se révèle compliqué dans certains contextes (en situation d'ébriété, en voiture, quand les pauses au travail sont courtes, quand le temps manque, parce que ce n'est pas pratique avec le tabac, le filtre, le papier) : « *Si je me retrouve dans une soirée, je vais plus facilement acheter des manufacturées parce que c'est plus rapide, plus simple* » (femme, 21 ans) ; « *Je prends pas un plaisir à rouler une cigarette* » (homme, 19 ans). Le goût et l'image associés au TAR étaient également des freins pour certains jeunes (respectivement 10 et 9 personnes). En comparaison avec les cigarettes manufacturées, le goût du TAR serait plus fort, donnerait mal à la gorge et dégoûterait. Certains jeunes pensaient par ailleurs que l'image associée aux fumeurs de TAR serait moins « glamour », qu'il serait plus difficile de « frimer » avec une cigarette roulée, que ce serait socialement marqué et enfin que le TAR serait associé aux « joints » et par conséquent peu adapté au milieu professionnel : « *C'est marqué encore culturellement ou socialement* » (homme, 24 ans) ; « *Y'en a plein qui pensent, quand on roule, bah on roule un joint* » (femme, 25 ans).

D'autres inconvénients étaient évoqués. En premier lieu, les spécificités liées à la consommation de TAR (7 personnes) : il rendrait plus dépendant et compliquerait alors l'arrêt, il serait plus long à fumer (car les cigarettes roulées s'éteignent facilement) « *J'arrivais à arrêter, mais avec les roulées, c'est plus difficile* » (femme, 20 ans). Par ailleurs, certains avaient le sentiment de fumer encore plus avec du TAR. En deuxième lieu, l'aspect de la cigarette roulée rebuterait quelques jeunes (n=6) : son design n'est pas esthétique, son aspect est rebutant, le filtre est jaune et le tabac est visible sous le filtre (et ce n'est pas beau selon certains) : « *Visuellement c'est plus*

dégueu » (femme, 23 ans). En troisième lieu, l'odeur est évoquée par quelques répondants (n=4) : elle serait plus forte et plus désagréable que celle du tabac manufacturé, donnerait mauvaise haleine et les fumeurs de TAR sentiraient davantage le tabac. Enfin, quelques jeunes (n=4) estimaient que ce type de tabac coûterait finalement assez cher lorsque le niveau de tabagisme est élevé, en particulier à cause des hausses de prix de ces dernières années.

Discussion et conclusion

Le TAR pose différents problèmes : c'est un produit bon marché, qui rend le tabac financièrement accessible aux jeunes et aux populations défavorisées. C'est par ailleurs un produit qui peut s'avérer autant, voire plus dangereux, que le tabac manufacturé^{10,11}. Notre recherche exploratoire avait pour objectif de cerner les freins et motivations des jeunes à fumer cette forme de tabac afin de fournir des pistes d'action pour les acteurs de la santé.

Le prix faible est un élément de motivation majeur du passage du tabac manufacturé au TAR pour les fumeurs interrogés. En conséquence, une augmentation forte et régulière du prix du TAR serait nécessaire pour faire évoluer les comportements. Si la hausse de 2017 a certainement contribué à la baisse en volume des ventes de TAR (-5,9% en 2017 par rapport au cumul janvier-décembre 2016)¹², elle n'est pas suffisante. En effet, le TAR reste aujourd'hui un produit très abordable : en mai 2018, une blague de 30 grammes (qui permet de rouler environ 50 cigarettes) coûte en moyenne 10 euros, soit un coût de 4 euros pour 20 cigarettes roulées.

Les résultats de notre étude exploratoire montrent également que les jeunes sont sensibles aux efforts déployés par l'industrie du tabac pour proposer des marques variées, des tabacs « bio », des accessoires de formats et de tailles différents (filtres, feuilles) qui aident à personnaliser la consommation de tabac (figure). Le paquet neutre mis en place en France en 2017 et ses conséquences (interdiction d'apposer des mentions « 100% tabac » sur le packaging, interdiction de vente de paquets aux couleurs claires évocatrices de dangerosité moindre) permettront certainement de casser ce marketing et de faire évoluer les perceptions erronées sur ce produit, comme l'a montré une recherche passée¹³. Au-delà du paquet neutre, il serait intéressant de réfléchir à des filtres et des feuilles à rouler repoussants. En effet, les jeunes interrogés se sont déclarés sensibles au design peu attractifs des cigarettes roulées et la dimension sociale est importante pour eux. Une étude a par exemple montré que des feuilles de TAR de couleur moutarde, verte ou marron déplaçaient fortement à des jeunes néo-zélandais et réduisaient la perception que le TAR est un produit naturel⁹.

Par ailleurs, la possibilité de personnaliser les cigarettes à rouler (avantage cité par certains jeunes) pourrait être réduite en imposant des formes et des tailles d'accessoires standardisées (filtres et feuilles

Quelques exemples de paquets de tabac à rouler et accessoires vendus en France en juin 2016



de tailles, de textures et de couleurs similaires quelle que soit la marque).

Enfin, de nombreux bénéfices associés au TAR ont émergé des entretiens. Afin de les contrer, différents messages de prévention pourraient être diffusés auprès d'une cible de jeunes :

- pour réduire la perception de dangerosité moindre du TAR, des messages tels que « *il n'existe pas de tabac sans danger* », « *tous les produits du tabac augmentent les risques de cancer* », « *le tabac à rouler est aussi dangereux que les autres types de tabacs* » pourraient être utilisés ;
- alors que le TAR est perçu par certains comme un tabac plus naturel, des messages tels que « *le tabac à rouler contient des additifs et des produits chimiques* », « *le tabac à rouler contient du goudron dangereux pour la santé* » permettraient de contrer cette fausse croyance.

Ces différents messages, sous des formats variés (texte, images, vidéos) pourraient être apposés sur les blagues de TAR (avertissements sanitaires spécifiques TAR), être diffusés sur les réseaux sociaux prisés par les jeunes (Instagram, Snapchat, etc.) ou encore faire l'objet de campagnes de prévention ou de pages dédiées sur les sites Internet des acteurs publics et associatifs de la lutte contre le tabagisme.

Si cette première étude exploratoire sur les jeunes Français et le TAR offre des pistes de réflexion intéressantes pour la santé publique, elle devra être complétée par des recherches futures menées sur un échantillon plus large et représentatif, puis sur la représentation d'autres produits du tabac consommés par les jeunes : chichas, e-cigarettes¹⁴. ■

Remerciements

Les auteurs remercient Santé publique France pour les chiffres fournis sur le pourcentage de fumeurs de TAR en France (Baromètres santé 2005, 2014 et 2017).

Références

- [1] Andler R, Guignard R, Pasquereau A, Gallopel-Morvan K, Nguyen-Thanh V. Quantité et type de tabac fumé en France d'après l'enquête Baromètre santé 2017. Saint-Maurice: Santé publique France, 2018. À paraître.
- [2] Lermenier-Jeannet A. Tabagisme et arrêt du tabac en 2017. Saint-Denis: OFDT; 2018. 11 p. https://www.ofdt.fr/ofdt/fr/tt_17bil.pdf
- [3] Gallus S, Lugo A, Ghislandi S, La Vecchia C, Gilmore AB. Roll-your-own cigarettes in Europe: Use, weight and implications for fiscal policies. *Eur J Cancer Prev*. 2014;23(3):186-92.
- [4] Young D, Yong HH, Borland R, Shahab L, Hammond D, Cummings KM, *et al*. Trends in roll-your-own smoking: Findings from the ITC Four-Country Survey (2002-2008). *J Environ Public Health*. 2012;2012:406283. doi: 10.1155/2012/406283.
- [5] Healey BR, Edwards R, Hoek J. Youth preferences for roll-your-own versus factory-made cigarettes: Trends and associations in repeated national surveys (2006-2013) and implications for policy. *Nicotine Tob Res*. 2016;18(5):959-65.
- [6] Gilmore AB, Tavakoly B, Hiscock R, Taylor G. Smoking patterns in Great Britain: The rise of cheap cigarette brands and roll-your-own (RYO) tobacco. *J Public Health*. 2014;37(1):78-88.
- [7] Young D, Borland R, Hammond D, Cummings KM, Devlin E, Yong HH, *et al*. Prevalence and attributes of roll-your-own smokers in the International Tobacco Control (ITC) Four Country Survey. *Tob Control*. 2006;15(suppl 3):76-82.
- [8] Brown AK, Nagelhout GE, Van Den Putte B, Willemsen MC, Mons U, Guignard R, *et al*. Trends and socioeconomic differences in roll-your-own tobacco use: Findings from the ITC Europe Surveys. *Tob Control*. 2015;24(Suppl 3):11-6.
- [9] Hoek J, Ferguson S, Gallopel-Morvan K. Qualitative exploration of young adult RYO smokers' practices. *Tob Control*. 2016;26(5):563-8.
- [10] Edwards R. Roll your own cigarettes are less natural and at least as harmful as factory rolled tobacco. *Br Med J*. 2014;348:7616.
- [11] De Stefani E, Boffetta P, Oreggia F, Mendilaharsu M, Deneo-Pellegrini H. Smoking patterns and cancer of the oral cavity and pharynx: A case-control study in Uruguay. *Oral Oncol*. 1998;34:340-6.
- [12] Observatoire français des drogues et toxicomanies. Tableau de bord tabac. [Internet]. <https://www.ofdt.fr/statistiques-et-infographie/tableau-de-bord-tabac>

[13] Gallopel-Morvan K, Moodie C, Eker F, Béguinot E, Martinet Y. Perceptions of plain packaging among young adult roll-your-own smokers in France: A naturalistic approach. *Tob Control*. 2014;24(1):39-44.

[14] Pasquereau A, Guignard R, Andler R, Nguyen-Thanh V. Electronic cigarettes, quit attempts and smoking cessation: A 6-month follow-up. *Addiction*. 2017;112(9):1620-8.

Citer cet article

Gallopel-Morvan K, Hoek J, Bue AF, Rey Miguel J. Perceptions et consommation du tabac à rouler par des jeunes Français : étude exploratoire. *Bull Epidemiol Hebd*. 2018; (14-15):291-6. http://invs.santepubliquefrance.fr/beh/2018/14-15/2018_14-15_4.html

> FOCUS // Focus

LE PROGRAMME NATIONAL DE RÉDUCTION DU TABAGISME : RETOUR SUR TROIS ANNÉES D'UNE STRATÉGIE D'ENSEMBLE POUR RÉDUIRE L'IMPACT DU TABAC EN FRANCE

// THE NATIONAL TOBACCO REDUCTION PROGRAMME: ASSESSMENT OF A THREE YEAR COMPREHENSIVE STRATEGY TO REDUCE THE IMPACT OF TOBACCO IN FRANCE

Sylvie Chazalon, Maria Cardenas, Caroline Drouin, Pierre-Yves Bello (pierre-yves.bello@sante.gouv.fr)

Direction générale de la santé, ministère des Solidarités et de la Santé, Paris, France

Soumis le 14.02.2018 // Date of submission: 02.14.2018

Mots-clés : Lutte anti-tabac, Tabagisme, Politique publique, France

// **Keywords:** Tobacco control, Smoking, Public policy, France

En 2014, le tabagisme quotidien était particulièrement élevé en France : il concernait 28,2% des 15-75 ans¹ et 32,5% des adolescents de 17 ans². Pour la première fois, le Programme national de réduction du tabagisme (PNRT) 2014-2019³ a permis à la France de disposer d'une ambitieuse stratégie d'ensemble de lutte contre le tabac. Il fixe à notre société des objectifs volontaristes, qui imposent un effort de tous (professionnels de santé, société civile, acteurs publics), inscrit dans la durée. Il s'agit de passer en dessous de 20% de tabagisme quotidien d'ici 2024 et de parvenir à la première « génération d'adultes sans tabac » d'ici 2032. Pour ce faire, trois axes d'intervention ont été développés : protéger les jeunes et éviter l'entrée dans le tabac, aider les fumeurs à s'arrêter et agir sur l'économie du tabac. Cet article présente une synthèse des principales réalisations des trois premières années (2015-2017) du déploiement du PNRT.

Mieux protéger les jeunes

Le marketing et la composition de certains produits du tabac visent particulièrement à amener les jeunes non-fumeurs à s'engager dans une consommation régulière. La transposition de la directive européenne 2014/40, ainsi que des choix nationaux, ont abouti à une évolution importante du cadre juridique français lors de la publication de la loi de santé de janvier 2016. Ainsi, la France est devenue le deuxième pays au monde, après l'Australie, à adopter le paquet neutre pour les cigarettes et le tabac à rouler, les associant à des avertissements sanitaires presque doublés (de 35% à 65% de la surface du recto-verso des paquets). À l'exception du menthol (dérogation européenne jusqu'en 2020), les arômes caractérisants

sont désormais interdits. S'appuyant sur une base de données européenne, un système d'obligation de notification aux autorités nationales des caractéristiques des produits du tabac a été mis en place. En France, il a été confié à l'Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail (Anses) et doit permettre d'assurer une surveillance du respect par les industriels de leurs obligations. La publicité pour le tabac sur le lieu de vente est désormais interdite et les buralistes ont l'obligation de demander une pièce d'identité à tout acheteur afin de vérifier qu'il est majeur. Enfin, les polices municipales sont habilitées à contrôler le respect des interdictions de vente aux mineurs et de fumer dans les espaces collectifs.

Le prix est aussi un déterminant important de la consommation de tabac. L'augmentation des prix et la diminution du différentiel entre cigarettes et tabac à rouler contribuent à réduire l'attractivité du tabac auprès des jeunes. En 2017, il a ainsi été décidé une série d'augmentations de la fiscalité des produits du tabac, avec l'idée de parvenir à un paquet de cigarettes à 10 euros d'ici à 2020.

Faire évoluer notre environnement collectif vers une moindre normalité du tabac contribue aussi à protéger les jeunes et les anciens fumeurs de l'exposition au tabac. Depuis 2014, plusieurs initiatives ont été soutenues pour étendre les lieux « sans tabac ». Les lieux fréquentés par les jeunes (établissements scolaires, notamment) et les lieux de santé se doivent d'être exemplaires sur ce sujet. Ainsi, une démarche « lieux de santé sans tabac » a été élaborée et présentée lors d'un colloque national : à cette occasion, les quatre fédérations hospitalières (Fédération des établissements