

Evaluation d'une campagne nationale contre l'abus du tabac (France)

M. Le Net¹, Paris

A l'instar de l'OMS pour laquelle «l'usage du tabac est à l'époque actuelle un des principaux risques pour la santé, alors que ce risque est évitable», les pouvoirs publics ont entrepris récemment en France la première phase d'une lutte dissuasive contre ce fléau.

Cette action a revêtu deux aspects principaux: l'un portait sur un texte de loi ayant pour objet de limiter la publicité en faveur des produits du tabac ainsi que d'étendre les droits des non fumeurs; l'autre consistait à utiliser sur une grande échelle des moyens de communication de masse afin de sensibiliser le public aux conséquences du tabagisme.

L'expérience étrangère et française en matière de propagande sociale a démontré en effet le pouvoir considérable des mass media pour modifier les connaissances, les opinions, donc les comportements des individus.

La campagne nationale contre le tabagisme est née ainsi en France d'un premier sondage d'opinion réalisé en 1974 qui montrait que dans leur grande majorité nos concitoyens étaient favorables à l'entreprise d'une vigoureuse action en ce domaine; s'appuyant ainsi sur le consensus public, les divers organismes concernés peu ou prou par le thème allaient joindre leurs efforts en vue d'une action concertée.

C'est dans cette stratégie d'ensemble que le Comité français d'éducation pour la santé (COFRES) s'est vu confier la conception, la diffusion ainsi que l'évaluation de la campagne d'information menée à cet égard, opération dont la programmation a permis d'approcher, sur des bases les plus scientifiques possibles, l'efficacité de l'action globale entreprise. Les pages qui suivent décomposent l'analyse de son évaluation.

Présentation

Annoncée le 16 septembre 1975, précédée d'une campagne de sensibilisation qui s'est déroulée jusqu'à la mi 1976 et du vote de la loi No 76-616 du 9 juillet 1976, relative à la lutte contre le tabagisme, la phase active de la campagne d'information élaborée par le COFRES², a été ouverte le 28 septembre 1976.

Se déroulant du 1er octobre au 30 novembre 1976, elle s'appuyait sur la plupart des moyens de communication de masse et comportait:

- la diffusion suivant 87 passages de 9 messages télévisés différents de 20 s sur les chaînes TF 1 et Antenne 2,
- la diffusion de 400 000 affiches et de 1 500 000

Une importante campagne d'information, faisant appel à tous les media, a été diffusée en 1976, en France, contre l'abus du tabac.

Cette opération, réalisée scientifiquement, a conduit à des résultats très positifs: pour la première fois, la courbe des ventes de cigarettes a fléchi.

Le texte qui suit analyse le contenu et les effets de cette campagne.

brochures d'information, destinées aux différents groupes socio-professionnels,

- la diffusion suivant 330 passages de 18 messages radiodiffusés différents de 20 s sur l'ensemble des chaînes radio,
- des opérations de soutien diverses.

Les dépenses engagées à ces fins se sont élevées à 2,9 millions de francs.

Tout au long de cette période, le COFRES et la plupart des associations de lutte contre le tabagisme ont organisé de multiples manifestations réservées au grand public (Salon de l'enfance, Foire de Paris, concours «Comment s'arrêter de fumer soi-même»...). Afin d'apprécier l'efficacité des moyens ainsi mis en œuvre, le COFRES a demandé à la SOFRES³ de réaliser deux sondages d'opinion sur des échantillons représentatifs de la population des jeunes et des adultes et a confié au CEO⁴ le soin d'interroger un échantillon représentatif de téléspectateurs sur l'accueil réservé aux messages télévisés. Le sondage CEO a été réalisé entre le 15 et le 19 novembre 1976 auprès d'un échantillon représentatif de 450 téléspectateurs de 15 ans et plus.

Les sondages SOFRES, réalisés avant et après la campagne (sept.-déc. 76), ont permis d'évaluer son impact sur les connaissances, opinions et attitudes des Français vis-à-vis du tabagisme. Ils ont été réalisés sur deux échantillons représentatifs de 1000 personnes âgées de 18 ans et plus et de 300 personnes âgées de 10 à 17 ans entre les 3 et 13 septembre 1976 et entre les 8 et 13 décembre 1976.

Leurs résultats sont présentés ci-après sous formes d'indicateurs. Dorénavant, les plus significatifs d'entre eux seront suivis semestriellement et présentés dans les «tableaux de bord» du COFRES.

¹ Ingénieur des Ponts et Chaussées. Ex-délégué général du Comité Français d'Education pour la Santé, 58, rue Roger Salengro, F-92160 Antony, France.

² Comité français d'éducation pour la santé.

³ Société française d'études de sondages.

⁴ Centre d'Etudes d'Opinion du Premier Ministre.

I. Les indicateurs de moyens

Les indicateurs de moyens résument les caractéristiques des actions engagées afin de parvenir aux objectifs relevant de la lutte contre la consommation excessive des produits du tabac.

Depuis 1975, on distingue trois phases opératoires:

1. Opération de sensibilisation du public relayée par la plupart des organes d'information (de septembre 1975 à la mi-année 1976).
2. Vote de la loi No 76-616 du 9 juillet 1976, relative à la lutte contre le tabagisme visant à réduire le volume de la publicité en faveur du tabac et à assurer une meilleure protection des droits des non-fumeurs.
3. Campagne d'information proprement dite qui s'est déroulée du 1er octobre au 30 novembre 1976: elle a comporté la mise en œuvre des moyens présentés au tableau I.

En outre, durant cette période, le COFRES a participé et organisé de nombreuses manifestations:

- Concours «Comment s'arrêter de fumer soi-même» sur Europe I
- Expositions:
 - Salon de l'enfance
 - Foire de Paris
 - Ministère de la Santé
- Concours d'élèves dans les écoles
- Conférences-débats.

II. 1. Les indicateurs d'impact relatifs à la population adulte

Les indicateurs d'impact mesurent, sur la base des seuls critères audio-visuels, le degré et la qualité de la réceptivité du public aux différents thèmes développés au cours de la campagne (Sondages CEO et SOFRES).

On peut résumer les *principaux résultats* comme suit:

- 88 % des adultes (dont 90 % des adultes fumeurs) ont entendu parler d'une campagne d'information: 90 % d'entre eux à la télévision, 69 % à la radio et

Tableau I. Présentation synoptique des moyens mis en œuvre dans la campagne d'information proprement dite, avec leur quantification.

MEDIA	TELEVISION	RADIO	AFFICHAGE URBAIN	DEPLIANTS BROCHURES AFFICHES
Nature des messages	Message de 20 ^s	Message de 20 ^s	Une affiche	1 affiche 1 dépliant
Nombre de messages	9	18	100 emplacements	2'000'000
Diffusion	87 passages	330 passages	"	"
Population cible	40'000'000	40'000'000	-	-
Population couverte	37'000'000	31'000'000	-	-
Nombre de contacts (population cible x fréquence d'exposition)	700'000'000	290'000'000	41'000'000	-

Tableau II. Réponses des adultes à la question «Avez-vous remarqué depuis 2 mois environ, c'est-à-dire depuis le 1er octobre, une campagne d'information sur le tabac?»

	Ensemble	Fumeurs	Non fumeurs
OUI	88	90	87
NON	12	10	13
	100 %	100 %	100 %
SOFRES/DEC. 76			

55 % sur des affiches ou affichettes apposées dans des lieux publics.

- En ce qui concerne les messages télévisés, 81 % des téléspectateurs se souviennent d'avoir vu au moins un film et 78 % d'entre eux se sont déclarés favorables à une campagne sur le tabagisme.

Les tableaux suivants donnent plus de détails dans cette optique.

II. 2. Les indicateurs de résultats relatifs à la population adulte

Les indicateurs de résultats mesurent les modifications

respectives des connaissances, des opinions et des comportements du public eu égard aux moyens mis en œuvre.

Les sondages réalisés par la SOFRES avant et après campagne permettent d'estimer ces variations telles que les exprime l'opinion et qui sont confrontées dans une deuxième étape aux indicateurs d'objectifs: à court terme, consommation de produits du tabac et à long terme, baisse de certaines causes de mortalité et de morbidité.

On peut résumer comme suit les *principaux résultats*:

Tableau III. Liste des endroits où vous avez pu voir ou entendre des informations concernant cette campagne.

	Télévision	Radio	Affiches, affichettes dans bureaux de poste, gares, pharmacies	Journaux Revues	Dépliants Brochures
FUMEURS ET NON FUMEURS					
- A sûrement vu ou entendu, est certain d'avoir vu ou entendu	84	52	45	41	27
- Pense avoir vu ou entendu	6	17	10	12	10
- Sans opinion	10	31	45	47	63
	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
FUMEURS					
- A sûrement vu ou entendu, est certain d'avoir vu ou entendu	81	57	54	46	31
- Pense avoir vu ou entendu	6	16	11	12	9
- Sans opinion	13	27	35	42	60
	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
NON FUMEURS					
- A sûrement vu ou entendu, est certain d'avoir vu ou entendu	85	49	39	39	25
- Pense avoir vu ou entendu	7	17	10	12	10
- Sans opinion	8	34	51	49	65
	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
SOFRES/Dec. 76					

Tableau IV. Réponse des adultes à la question «Combien de films différents sur la campagne anti-tabac avez-vous vu à la télévision?»

Nombre de films	Télespectateurs interviewés
0	19
1 film	32
2 films	22
3 films	18
4 films	7
5 et plus	2

	100 %
	=====
CEO/NOV. 76	

Tableau V. Réponse des adultes à la question «Voulez-vous me décrire chacun de ces films et me dire ce dont vous vous souvenez?»

REPARTITION DES FILMS DECRITS	INTERVIEWES SE RAPPELANT AU MOINS UN FILM		
	Fumeurs et non fumeurs	Fumeurs	Non Fumeurs
Femme enceinte	16	17	15
Droits des non fumeurs	15	14	16
Cendrier froid	12	13	12
Enfant fumant par mimétisme	9	8	11
Autres films	13	15	11
Autres descriptions	35	33	35
	100 %	100 %	100 %
CEO/NOV. 76			

- Diminution sensible du nombre d'adultes déclarant fumer;

41 % en déc. 76 contre 44 % en septembre 76;

- 15 % de l'ensemble des fumeurs déclarent avoir réduit leur consommation quotidienne de tabac depuis le début de la campagne et 23 % des fumeurs de moins de 10 cigarettes quotidiennes;

- Amélioration de +5 % de la connaissance des dangers du tabac: 56 % (contre 51 % en sept. 76) des Français placent le seuil de consommation quotidienne dangereuse à moins d'un paquet de cigarettes;

- +5 % des fumeurs et +7 % des non fumeurs pensent que le fumeur s'intoxique par faiblesse;

- +4 % des fumeurs se déclarent soucieux de savoir s'ils ne gênent personne avant d'allumer une cigarette (60 % en sept. 76 contre 64 % en déc. 76);

- 27 % des personnes qui se déclarent anciens fumeurs en décembre 1976 ont cessé de fumer dans le courant de l'année, dont 8 % depuis le début de la campagne.

Les tableaux qui suivent donnent plus de détails quant à l'évolution des connaissances (tableaux VII et VIII), puis des opinions (tableaux IX et X), en fin des comportements (tableaux XI à XV) chez les adultes. Ils sont assez évocateurs pour se passer de nouveaux commentaires.

Tableau VI. Réponse des adultes à la question «Quel est votre avis sur une campagne sur le tabagisme?»

A V I S	Fumeurs et non fumeurs		Fumeurs		Non fumeurs	
. Très favorable à une campagne sur le tabagisme	49}	78	38}	70	58}	86
. Assez favorable	29}		32}		28}	
. Peu favorable	7		7		6	
. Pas du tout favorable	10		17		4	
. Ne savent pas	5		6		4	
	100 %		100 %		100 %	
CEO/NOV. 76						

II. 2.1 Indicateurs de connaissances

Tableau VII. Réponse des adultes à la question «Selon vous, à partir de quelle quantité de cigarettes fumées par jour il y a danger pour la santé?»

CONSOMMATION DE TABAC QUOTIDIENNE	NON FUMEURS ET FUMEURS		NON FUMEURS		FUMEURS			
	Déc. 74	Sept. 76	Déc. 76	Sept. 76	Déc. 76	Sept. 76	Déc. 76	
	{ moins d'½ paquet ½ paquet	18} 48 30}	28} 51 23}	29} 56 27}	31} 53 22}	32} 57 25}	25} 49 24}	24} 54 30}
1 paquet	30	28,5	25	27	25	30	25	
de 1 à 2 paquets	9	6	4	3	2	9	7	
plus de 2 paquets	1	2,5	2	1	1	4	4	
ne sait pas	12	12	13	16	15	8	10	
	100 %		100 %		100 %		100 %	

Tableau VIII. Réponse des adultes à la question

«A votre avis, la présence permanente d'un fumeur dans un bureau ou dans une habitation, est-elle...»

	NON FUMEURS ET FUMEURS		NON FUMEURS		FUMEURS	
	Sept. 76	Déc. 76	Sept. 76	Déc. 76	Sept. 76	Déc. 76
	...sans conséquence pour l'entourage?"	8	5	7	4	9
...une source de désagrément ou de malaises ?"	41	39	36	38	46	40
ou ... une source de risques réels pour la santé des non-fumeurs ?"	48	52	54	55	41	49
ne sait pas	3	4	3	3	4	5
	100 %		100 %		100 %	

II. 2.2 Indicateurs d'opinions

Tableau IX. Réponse des adultes à la question «Avec laquelle des deux opinions suivantes êtes-vous le plus d'accord?»

OPINIONS	SEPT. 76			DEC. 76		
	NF+F	F	NF	NF+F	F	NF
- Un fumeur, c'est plutôt une personne dynamique et qui n'a pas froid aux yeux	12	17	9	10	16	6
- Un fumeur, c'est plutôt une personne sans volonté qui s'intoxique par faiblesse	54	43	62	60	48	69
- Sans opinion	34	40	29	30	36	25
	100	100	100	100	100	100

Tableau X. Réponse des adultes à la question «Parmi les quatre raisons suivantes qui peuvent inciter un fumeur à s'arrêter de fumer, quelle est, selon vous, la plus forte, celle que vous classeriez en premier?»

RAISONS DE CESSER DE FUMER	FUMEURS	
	Sept. 76	Déc. 76
	Ont cité comme raison la plus forte	
- C'est mauvais pour la santé	70	71
- C'est un besoin dont on devient l'esclave	17	20
- Cela coûte cher	10	7
- C'est gênant pour l'entourage	3	2
	100 %	100 %

II. 2.3 Indicateurs de comportements

Tableau XI. Réponse des adultes aux questions initiales relatives à leur consommation de tabac.

Est-ce que vous fumez, ne serait-ce de que temps en temps ?"	ENSEMBLE DES INTERVIEWES		
	Déc. 74	Sept. 76	Déc. 76
- Oui	42	44	41
- Non	58	56	59
	100 %	100 %	100 %

"Combien, en moyenne, fumez-vous par jour ?"	FUMEURS	
	Sept. 76	Déc. 76
- de 1 à 10 cigarettes par jour	53	52
- de 11 à 20 cigarettes par jour	33	34
- plus d'un paquet par jour	9	8
- seulement la pipe ou le cigare	5	6
	100 %	100 %

Fumez-vous...	FUMEURS (DEC. 76)
... tous les jours régulièrement ?"	76
... pas tous les jours, seulement de temps en temps ?"	22
- ne sait pas	2
	100 %

Est-ce que vous avalez la fumée ?"	Ensemble des FUMEURS DEC. 76	FUMEURS DE	
		1 à 10 ciga- rettes/jour	+ 10 ciga- rettes/jour
Oui	53	49	71
Non	47	51	29
	100 %	100 %	100 %

Tableau XII. Réponse des adultes fumeurs à la question «Avez-vous diminué votre consommation quotidienne de tabac depuis le début de la campagne d'information sur le tabagisme qui s'est déroulée au cours de ces deux derniers mois?»

REPONSE	ENSEMBLE DES FUMEURS DEC. 76	FUMEURS de 1 à 10 cigarettes / jour
- OUI, j'ai réduit ma consommation quotidienne	12	20
- OUI, j'ai réduit ma consommation quotidienne après avoir essayé d'arrêter de fumer	3	3
- NON, mais j'ai essayé d'arrêter de fumer	6	4
- NON, cela n'a rien changé	79	73
	100 %	100 %

Tableau XIII. Réponse des adultes fumeurs à la question «Avant d'allumer une cigarette, vous préoccupez-vous de savoir si vous n'allez gêner personne?»

REPONSE	FUMEURS	
	Sept. 76	Déc. 76
- toujours	34	35
- assez souvent	26	29
- rarement	20	21
ou - jamais	18	14
- sans opinion	2	1
	100 %	100 %

Tableau XIV. Réponse des adultes non fumeurs à la question «Dans le passé, avez-vous fumé régulièrement?»

REPONSE	NON FUMEURS DEC. 76
OUI (Anciens fumeurs)	24
NON	76
	100 %

Tableau XV. Réponse des adultes anciens fumeurs aux questions suivantes

"Depuis combien de temps, avez-vous cessé de fumer ?"	ANCIENS FUMEURS DEC. 76
- Moins de 2 mois	8
- De 2 mois à 1 an	19
- Plus d'1 an	73
	100 %
"Est-ce que vous avaliez la fumée ?"	ANCIENS FUMEURS DEC. 76
OUI	42
NON	58
	100 %

III. 1. Les indicateurs d'impact relatifs à la population des Jeunes

Rappelons que les indicateurs d'impact, mesurent sur la base des seuls critères audio-visuels, le degré et la qualité de la réceptivité du public aux différents thèmes développés au cours de la campagne (Sondage SOFRES auprès des jeunes).

Les *principaux résultats* peuvent se résumer comme suit:

- 75 % des *jeunes* de 10 à 17 ans (dont 84 % des jeunes fumeurs) ont entendu parler d'une campagne

Tableau XVI. Réponse des jeunes à la question «Avez-vous remarqué depuis deux mois environ, c'est-à-dire depuis le 1er octobre, une campagne d'information sur le tabac?»

	ENSEMBLE	FUMEURS	NON FUMEURS
OUI.....	75	84	71
NON.....	25	16	29
	100 %	100 %	100 %

SOFRES DEC. 76

d'information sur le tabagisme: 90 % d'entre eux à la télévision, 55 % à la radio mais 60 % sur des affiches ou affichettes apposées dans des lieux publics;

- 91 % des *jeunes fumeurs* en ont entendu parler à la télévision et 72 % par des affiches ou affichettes apposées dans des lieux publics.

Pour permettre une comparaison avec les résultats détaillés concernant les adultes, il aurait fallu présenter ci-dessous les mêmes séries de tableaux que pour les adultes. Pour des raisons de place, cette présentation se limitera à une partie d'entre eux.

Tableau XVII. Liste des endroits où vous avez pu voir ou entendre des informations concernant cette campagne.

	Télévision	Radio	Affiches, affichettes dans bureaux de poste, gares et pharmacies	Journaux Revues	Dépliants Brochures
FUMEURS ET NON FUMEURS					
. A sûrement vu ou entendu, est certain d'avoir vu ou entendu.....	82	37	49	35	18
. Pense avoir vu ou entendu	8	18	11	13	9
. Sans opinion.....	10	45	40	52	73
	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
FUMEURS					
. A sûrement vu ou entendu, est certain d'avoir vu ou entendu.....	87	36	63	46	18
. Pense avoir vu ou entendu	4	23	9	12	5
. Sans opinion.....	9	41	28	42	77
	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
NON FUMEURS					
. A sûrement vu ou entendu, est certain d'avoir vu ou entendu.....	80	38	43	32	18
. Pense avoir vu ou entendu	10	15	12	14	11
. Sans opinion.....	10	47	45	54	71
	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

SOFRES/DEC. 76

III. 2. Les indicateurs de résultats relatifs à la population des jeunes

Rappelons que les indicateurs de résultats mesurent les modifications respectives des connaissances, des opinions et des attitudes du public eu égard aux moyens mis en œuvre et que les sondages réalisés par

la SOFRES avant et après campagne permettent d'estimer ces variations telles que les exprime l'opinion; dans une deuxième étape, elles sont confrontées aux indicateurs d'objectifs: à court terme, consommation de produits du tabac et à long terme, baisse de certaines causes de mortalité et de morbidité.

En voici les *principaux résultats*:

- +14 % des jeunes non fumeurs et +2 % des fumeurs pensent qu'un fumeur est plutôt une personne sans volonté s'intoxiquant par faiblesse;
- Pas d'augmentation du nombre de jeunes déclarent fumer: 29 % en décembre 1976 contre 30 % en septembre 1976;
- 16 % des jeunes fumeurs déclarent avoir réduit leur consommation quotidienne de tabac depuis le début de la campagne;

- Amélioration de +7 % de la connaissance des dangers du tabac: 40 % des jeunes (contre 33 % en sept. 76) placent le seuil de consommation quotidienne dangereuse à moins d'un paquet de cigarettes, respectivement +8 % chez les fumeurs et +6 % chez les non fumeurs.

Et voici les résultats détaillés (tableaux XVIII à XXI)

III. 2.1 Indicateurs de connaissances

Tableau XVIII. Réponse des jeunes à la question

«Selon vous, à partir de quelle quantité de cigarettes fumées par jour y a-t-il un danger pour la santé?»

CONSOMMATION DE TABAC QUOTIDIENNE	NON FUMEURS ET FUMEURS		NON FUMEURS		FUMEURS	
	Sept. 76	Déc. 76	Sept. 76	Déc. 76	Sept. 76	Déc. 76
- moins d' $\frac{1}{2}$ paquet/jour	15	16	18	18	9	12
- un $\frac{1}{2}$ paquet	18	24	17	23	20	25
- un paquet	33	31	32	32	34	28
- de 1 à 2 paquets	14	14	11	14	20	15
- plus de 2 paquets	7	6	6	5	10	9
- sans opinion	13	9	16	8	7	11
	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

III. 2.2 Indicateurs d'opinions

Tableau XIX. Réponse des jeunes à la question «Avec laquelle des deux opinions suivantes, êtes-vous le plus d'accord?»

OPINIONS	NON FUMEURS ET FUMEURS		NON FUMEURS		FUMEURS	
	Sept. 76	Déc. 76	Sept. 76	Déc. 76	Sept. 76	Déc. 76
- un fumeur, c'est plutôt une personne dynamique et qui n'a pas froid aux yeux	20	12	18	8	26	21
- un fumeur, c'est plutôt une personne sans volonté qui s'intoxique par faiblesse	52	62	54	68	46	48
- sans opinion	28	26	28	24	28	31
	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

III. 2.3 Indicateurs de comportements

Tableau XX. Réponse des jeunes aux questions initiales relatives à leur consommation de tabac.

Est-ce que vous fumez, ne serait-ce que de temps en temps ?	ENSEMBLE DES INTERVIEWES	
	Sept.76	Déc.76
	- OUI	30
- NON	70	71
	100 %	100 %

"Combien en moyenne, fumez-vous par jour ?"	FUMEURS	
	Sept.76	Déc.76
- 1 à 10 cigarettes par jour	76	82 (1)
- 11 à 20 cigarettes par jour	14	11
- plus d'un paquet par jour	4	-
- seulement la pipe ou le cigare	-	-
- ne sait pas	6	7
	100 %	100 %

(1) 27 % presque chaque jour 1 cigarette, 34 % de 1 à 5 cigarettes et 21 % de 5 à 10 cigarettes.

"Fumez-vous?"	FUMEURS (DEC.76)
... tous les jours régulièrement ?	39
... pas tous les jours, seulement de temps en temps ?	61
	100 %

"Est-ce que vous avalez la fumée ?"	FUMEURS (DEC.76)
OUI	56
NON	44
	100 %

Tableau XXI. Réponse des jeunes fumeurs à la question «Avez-vous diminué votre consommation quotidienne de tabac depuis le début de la campagne d'information sur le tabagisme qui s'est déroulée au cours de ces deux derniers mois (du 1er octobre au 30 novembre dernier)?»

REPONSE	FUMEURS (DEC.76)
- OUI, j'ai réduit ma consommation quotidienne	12
- OUI, j'ai réduit ma consommation quotidienne après avoir essayé d'arrêter de fumer	4
- NON, mais j'ai essayé d'arrêter de fumer	7
- NON, cela n'a rien changé	77
	100 %

Tableau XXII. Evolution des ventes de cigarettes en France continentale au cours du dernier trimestre ⁷ (Source: SEITA).

	1974	1975	1976
Vente de cigarettes au 4 ^e trimestre (millions d'unités)	19'900	21'100	20'200
Taux de variation $\frac{4^e \text{ trimestre de l'année } n}{4^e \text{ trimestre de l'année } n-1}$	-	+ 6,0%	- 4,2%

IV. Les indicateurs d'objectifs

Les indicateurs d'objectifs permettent de suivre les effets quantitatifs des modifications des connaissances et des opinions exprimées par l'opinion publique. On distinguera

- à court terme: la consommation des produits du tabac suivie mensuellement par le SEITA ⁵,
- à long terme: la réduction des taux de mortalité et morbidité liés aux affections induites par le tabagisme.

Les *principaux résultats* se présentent ainsi:

- Pour la première fois depuis plus de 10 ans, la consommation générale des produits du tabac a sensiblement diminué: -1,9 %, dont -1,1 % pour les seules cigarettes, contre 5 % d'augmentation «traditionnelle» chaque année. Or, cette baisse est intervenue plus de trois mois après la hausse des prix du tabac du 1er juillet 1976; en effet, les ventes de cigarettes au quatrième trimestre 1976 sont en baisse de -4,2 % par rapport au quatrième trimestre 1975 ⁶. Par ailleurs, la population âgée de plus de 15 ans - population potentielle des fumeurs - a augmenté de +0,6 % entre 1975 et 1976.
- A titre provisoire, on peut estimer sous réserve de la persistance des modifications des comportements enregistrés après la campagne, que la «rentabilité économique» présumée de celle-ci serait de l'ordre de 400 F pour 1 F («économie potentielle» égale à 1100 millions de F pour 2,9 millions de F dépensés).

IV. 1. Evolution des ventes des produits du tabac

(cf. Tab. XXII)

IV. 2. Evolution de certaines causes de mortalité

Les dernières statistiques détaillées de mortalité remontant à l'année 1974, il n'est pas possible actuellement de vérifier cette évolution.

Par contre, on rappellera deux estimations pour 1976 ⁸:

- a) le tabac serait responsable de près de 70 000 décès et de 1,4 million de malades;
- b) le coût des méfaits du tabac pour la collectivité atteindrait plus de 26 milliards de francs.

Compte tenu des modifications positives de comportements intervenues après la campagne (-4,2 % de baisse de la consommation tabagique) et en supposant qu'elles seront durables, on est amené à prévoir à moyen terme une diminution des risques du même ordre soit une économie de $0,042 \times 26$ milliards de F = 1,1 milliard de F pour une dépense de 2,9 millions, coût de la campagne.

Résumé

Une campagne d'information, menée sur un thème tel que le tabagisme, doit conduire à des résultats positifs si elle a été conçue d'une façon scientifique.

L'expérience de la France en cette matière a effectivement permis de modifier les connaissances, les opinions et les comportements du public à l'issue d'une vaste opération de sensibilisation qui s'est déroulée en 1976.

Le bilan de cette campagne peut être résumé comme suit:

- 1a) Le nombre des fumeurs a diminué de 3 %, atteignant ainsi un niveau inférieur à celui de 1974.
- b) La consommation de tabac a diminué de 15 % chez les adultes et de 16 % chez les jeunes.
- c) La vente des produits de tabac a diminué de 1,9 % alors qu'elle augmentait annuellement de 5 % antérieurement.

⁵ Service d'exploitation industrielle des tabacs et allumettes.

⁶ Renseignements officiels.

⁷ Renseignements officiels.

⁸ cf. «Le pouvoir de l'information pour les causes d'intérêt public» de ce même numéro.