



Enquête sur la perception des produits du tabac et des mesures de prévention

Avril 2025

unisanté

Centre universitaire de médecine générale
et santé publique • Lausanne



3	Descriptif de la recherche
6	Résultats de la recherche
7	■ Consommation de produits contenant du tabac et de la nicotine
14	■ Politique et ingérence
19	■ Marketing et communication
24	■ Mesures de prévention
32	Conclusions





Descriptif de la recherche



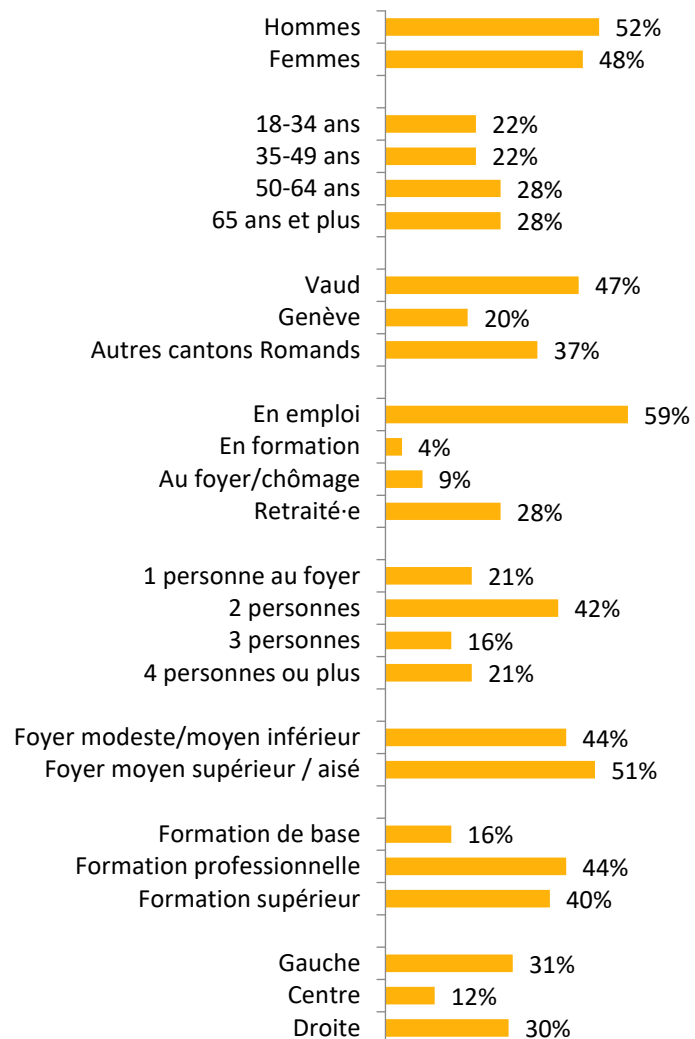
Contexte et approche méthodologique

- Le Département promotion de la santé et préventions (DPSP) d'Unisanté développe et implémente des prestations de promotion de la santé et de la prévention des maladies non transmissibles sur le canton de Vaud. Le département est actif sur plusieurs thèmes dont le tabagisme.
- Afin de lutter au mieux contre le tabagisme et les risques associés, il est important de connaître l'opinion de la population sur ces questions liées au tabac mais aussi d'évaluer le soutien pour des mesures de prévention efficaces.
- Le DPSP a donc souhaité faire un état des lieux de la perception de la population romande sur le tabagisme, le marketing de l'industrie du tabac et les mesures de prévention.
- Ce sondage est réalisé dans le contexte de la Journée mondiale sans tabac de l'Organisation mondiale de la santé sur le thème «Produits du tabac et à base de nicotine : démasquons les tactiques de séduction de l'industrie du tabac».
- Une enquête auprès du **grand public** a été menée par **questionnaire en ligne**.
- La durée du questionnaire était d'environ **10 minutes**.
- La prise d'information s'est déroulée sur le mois de **mars 2025**.
- En termes d'échantillon, **1'070 personnes ont répondu à l'enquête**.
- La **marge d'erreur** maximale est de $\pm 3.0\%$.
- Les **résultats** présentés **ont été pondérés** pour être représentatifs de la population romande (en termes d'âge, de genre et de cantons). Les graphiques sont présentés en pourcentages.
- Dans l'ensemble du rapport, le terme «consommateur» désigne toutes les personnes qui fument des cigarettes ou consomment d'autres produits contenant du tabac et de la nicotine.

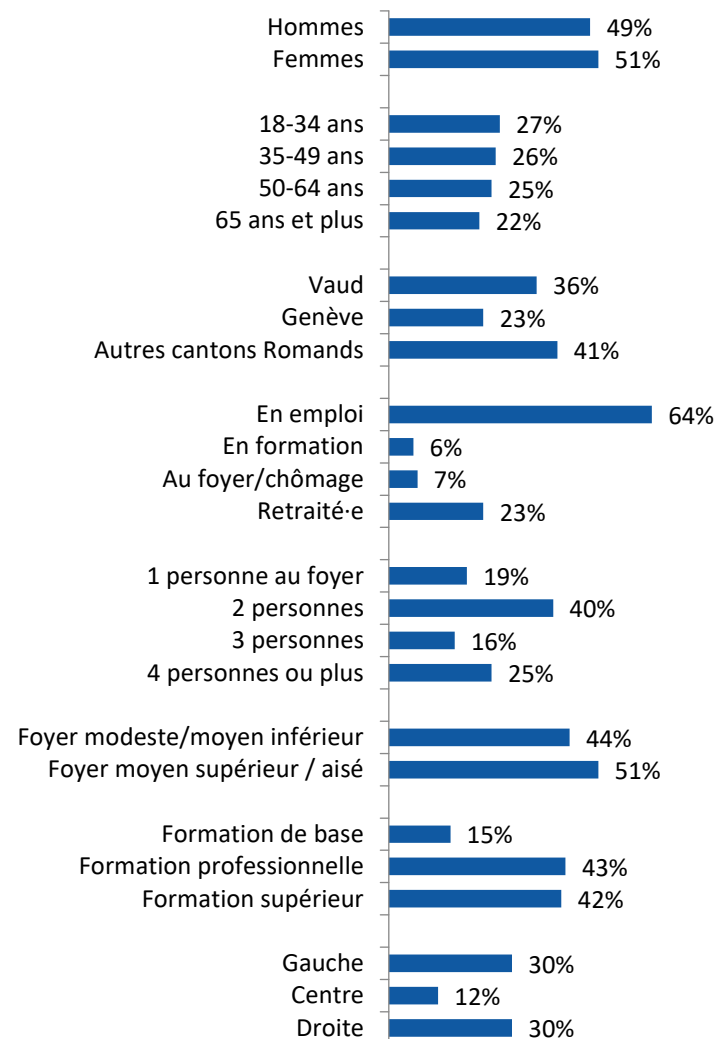
Contact Unisanté :
tabagisme@unisante.ch; tabagisme.unisante.ch

Structure de l'échantillon

Echantillon non-pondéré



Echantillon pondéré





Résultats de la recherche





Consommation de produits contenant du tabac et de la nicotine



Consommation de produits contenant du tabac et de la nicotine

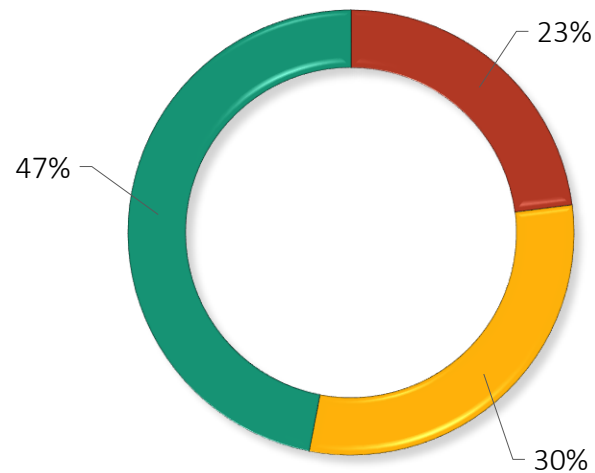
- **23% des Romands interrogés consomment au moins un produit contenant de la nicotine. La consommation de produits nicotinés est fortement liée à l'âge.** En effet, les plus jeunes sont plus de 4 sur 10 à consommer des produits contenant du tabac et de la nicotine alors qu'ils ne sont que 8% parmi les 65 ans et plus. Les hommes sont aussi plus nombreux que les femmes à consommer ce type de produits.
- **30% des Romands sont des anciens consommateurs** (tous types de produits confondus) et les 65 ans et plus sont sur-représentés dans cette catégorie.
- **Une petite moitié des Romands n'ont jamais consommé de produits contenant du tabac et de la nicotine.** Les femmes et les plus âgés sont les plus nombreux dans ce cas.
- **Le tabac fumé est le produit le plus consommé** (par 18% des Romands au global), suivi par la cigarette électronique et les snus, sachets de nicotine ou snuffs. **On observe une très forte corrélation entre l'âge et le type de produits consommés.** Les moins de 45 ans sont trois fois plus nombreux que leurs aînés à consommer des cigarettes électroniques et même 5 à 6 fois plus nombreux pour les snus, sachets de nicotine ou snuffs.
- **Près de 8 Romands sur 10 estiment que consommer ces produits est une addiction.** Comme attendu, les consommateurs sont plus nombreux que les autres à estimer que cela relève de la liberté individuelle, mais ils sont tout de même 7 sur 10 à considérer cela comme une addiction.
- **Si les consommateurs et anciens consommateurs pouvaient revenir en arrière, 76% ne recommenceraient pas à fumer.** Les anciens consommateurs sont logiquement les plus nombreux à estimer qu'ils ne recommenceraient pas à fumer, eux qui ont réussi à s'arrêter. Les consommateurs actuels sont tout de même 64% à partager cet avis.
- **L'impact sur la santé est de loin l'argument le plus motivant pour l'arrêt du tabac ou des produits contenant de la nicotine.** Le coût économique arrive ensuite, devant le manque de forme physique, la mauvaise odeur/haleine et la dépendance.

Profil des consommateurs

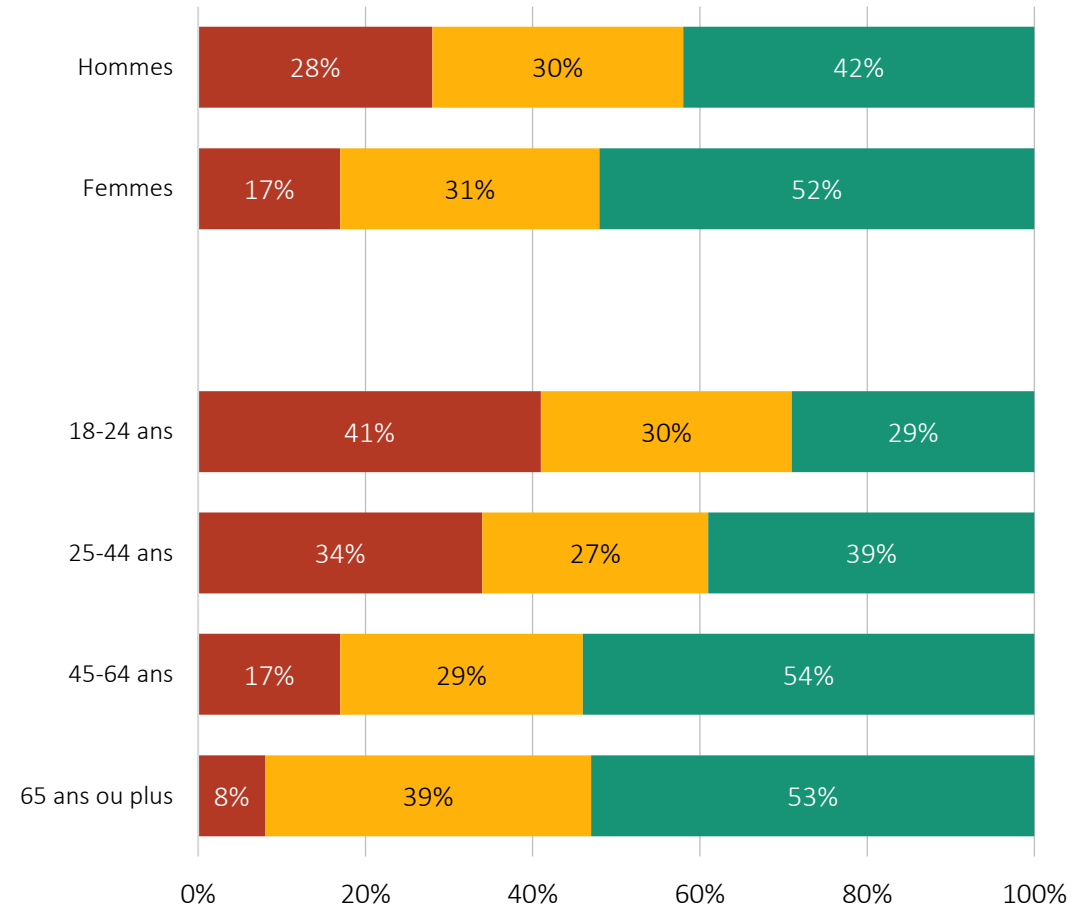
9

Est-ce que vous fumez ou consommez des produits contenant du tabac et de la nicotine, même occasionnellement ?

Base : 1'070 Romands



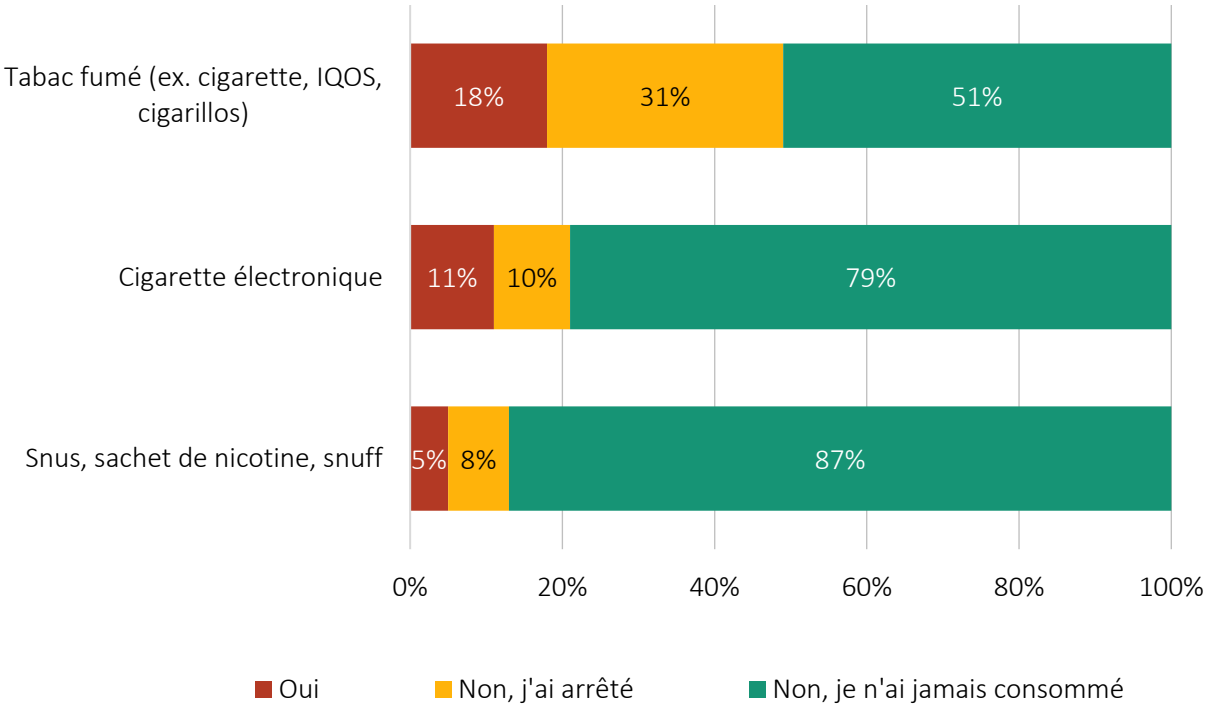
■ Consommateurs
■ Anciens consommateurs
■ Non-consommateurs



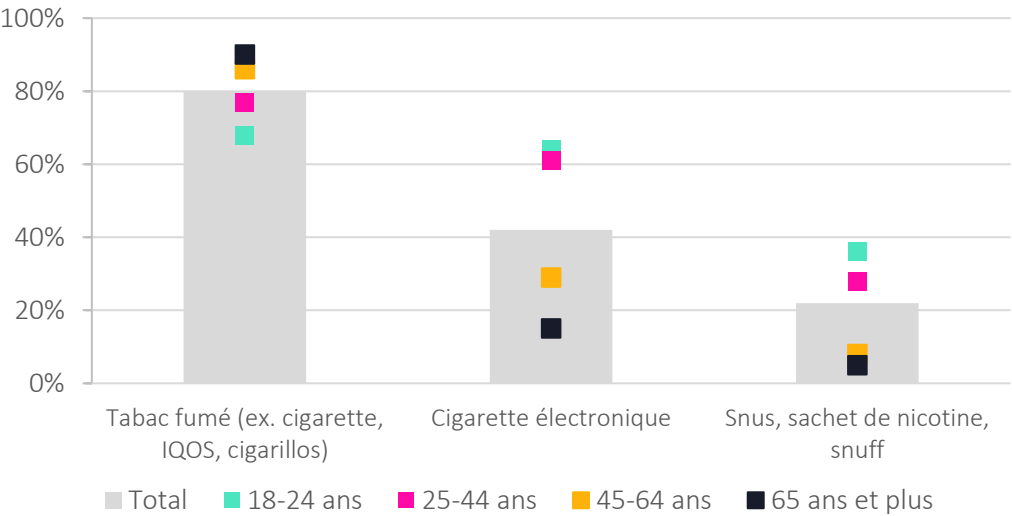
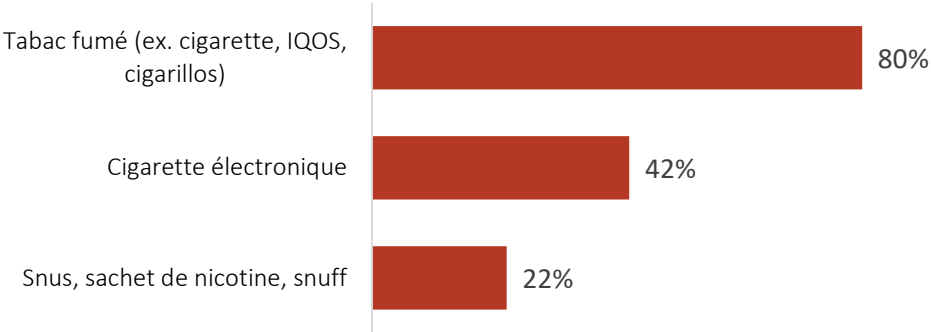
Consommation des produits contenant du tabac ou de la nicotine

Est-ce que vous fumez ou consommez des produits contenant du tabac et de la nicotine, même occasionnellement ?

Base : 1'070 Romands



Base : 241 consommateurs Romands

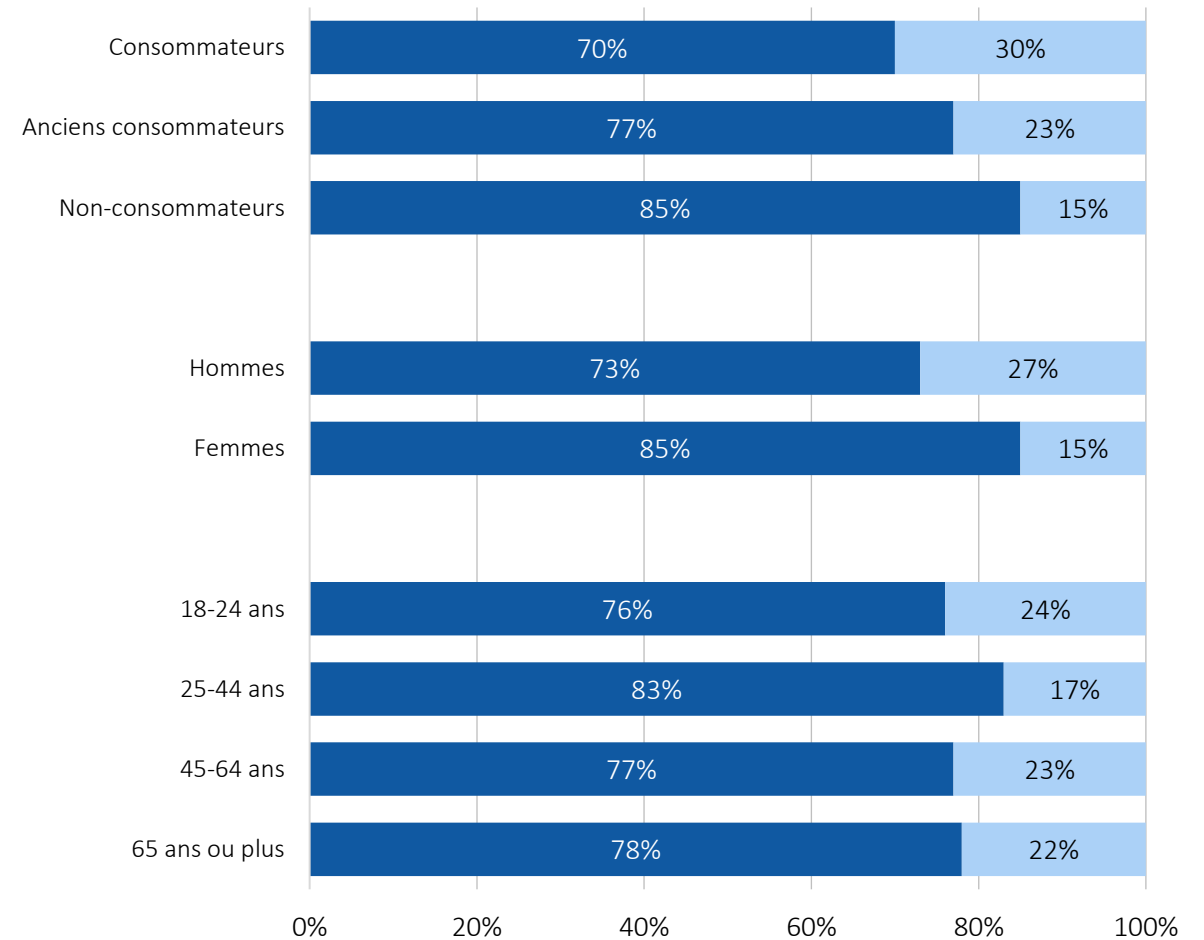
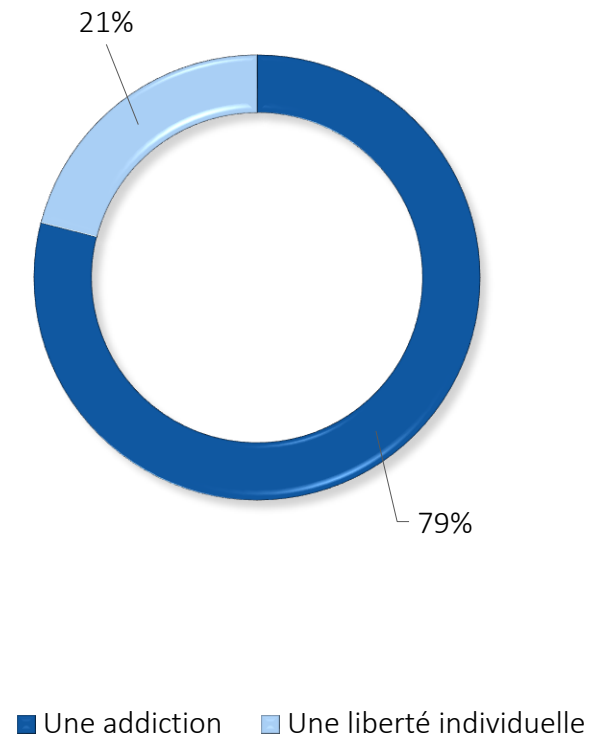


Fumer : addiction ou liberté individuelle ?

11

Pensez-vous que fumer est plutôt ... ?

Base : 1'070 Romands

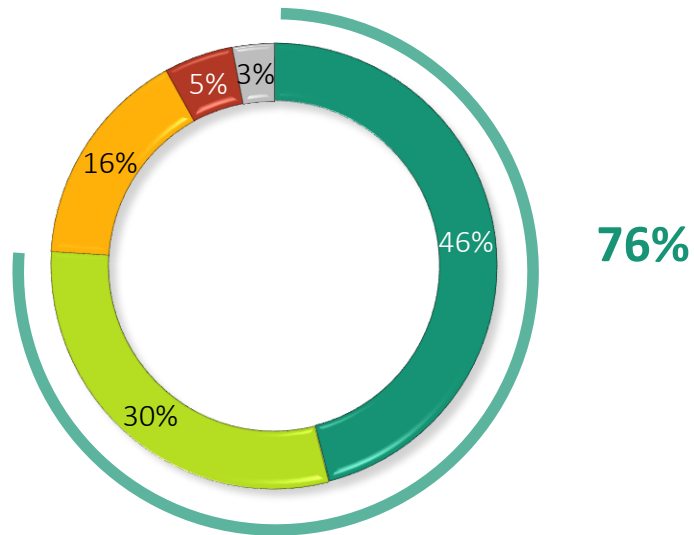


Retour en arrière sur l'intention de fumer

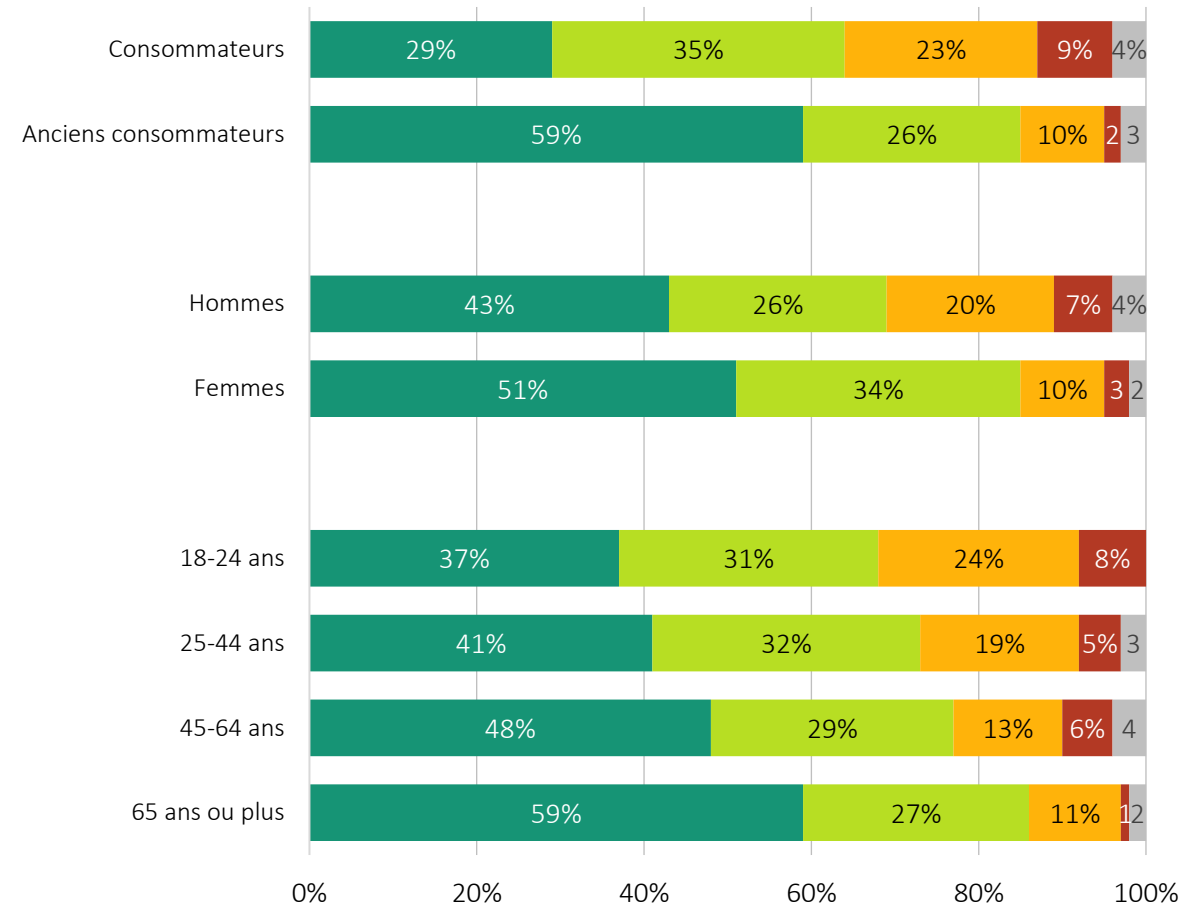
12

Si vous aviez la possibilité de revenir en arrière, est-ce que vous recommenceriez à fumer/consommer des produits contenant du tabac et de la nicotine ?

Base : 567 consommateurs ou anciens consommateurs



- Non, certainement pas
- Non, probablement pas
- Oui, probablement
- Oui, certainement
- Ne sait pas

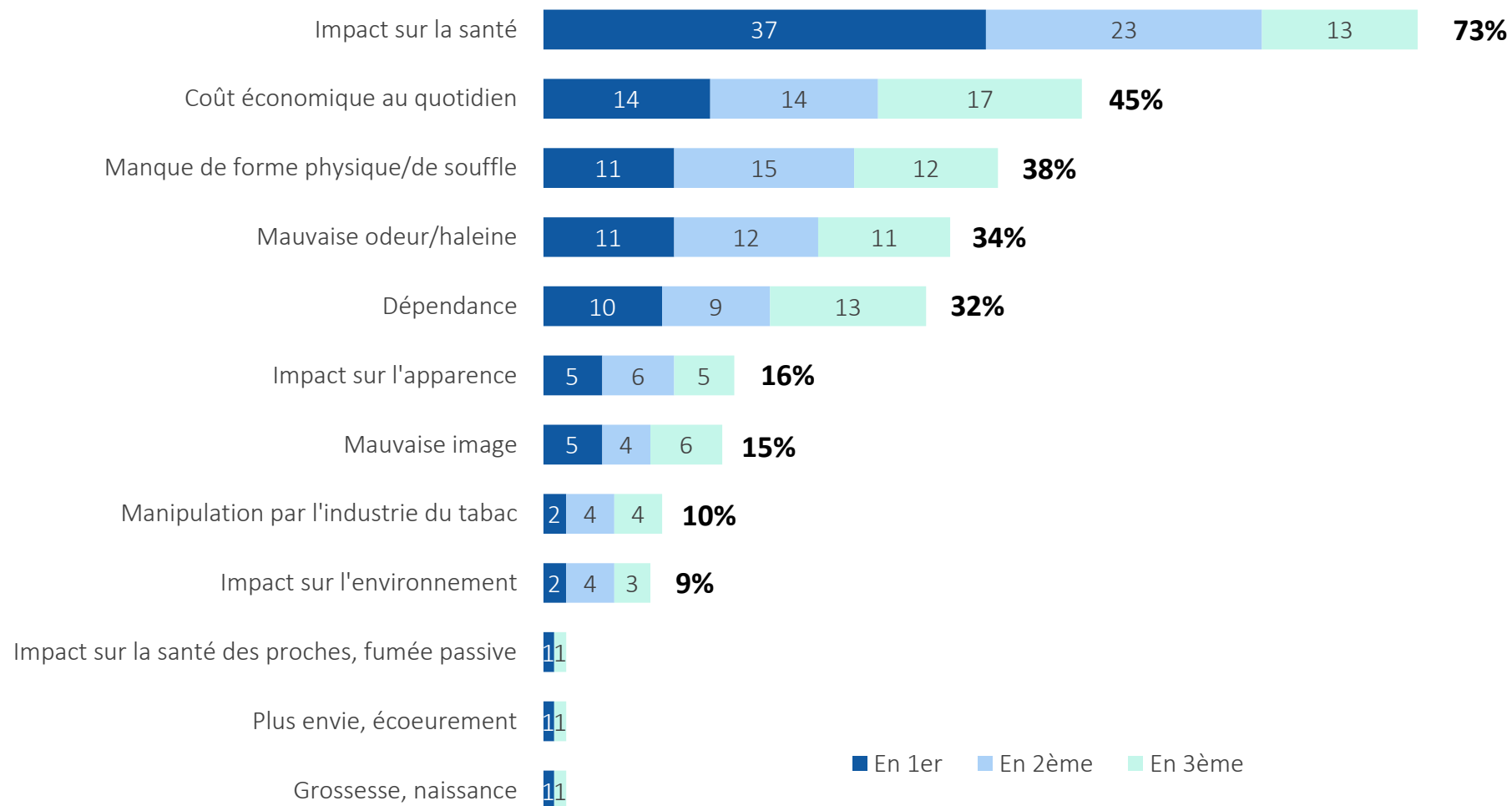


Arguments pour l'arrêt du tabac

13

Quels sont les 3 arguments qui motivent / vous ont motivé le plus à arrêter de fumer/consommer des produits contenant de la nicotine ?

Base : 567 consommateurs ou anciens consommateurs



Politique et ingérence

Politique et ingérence

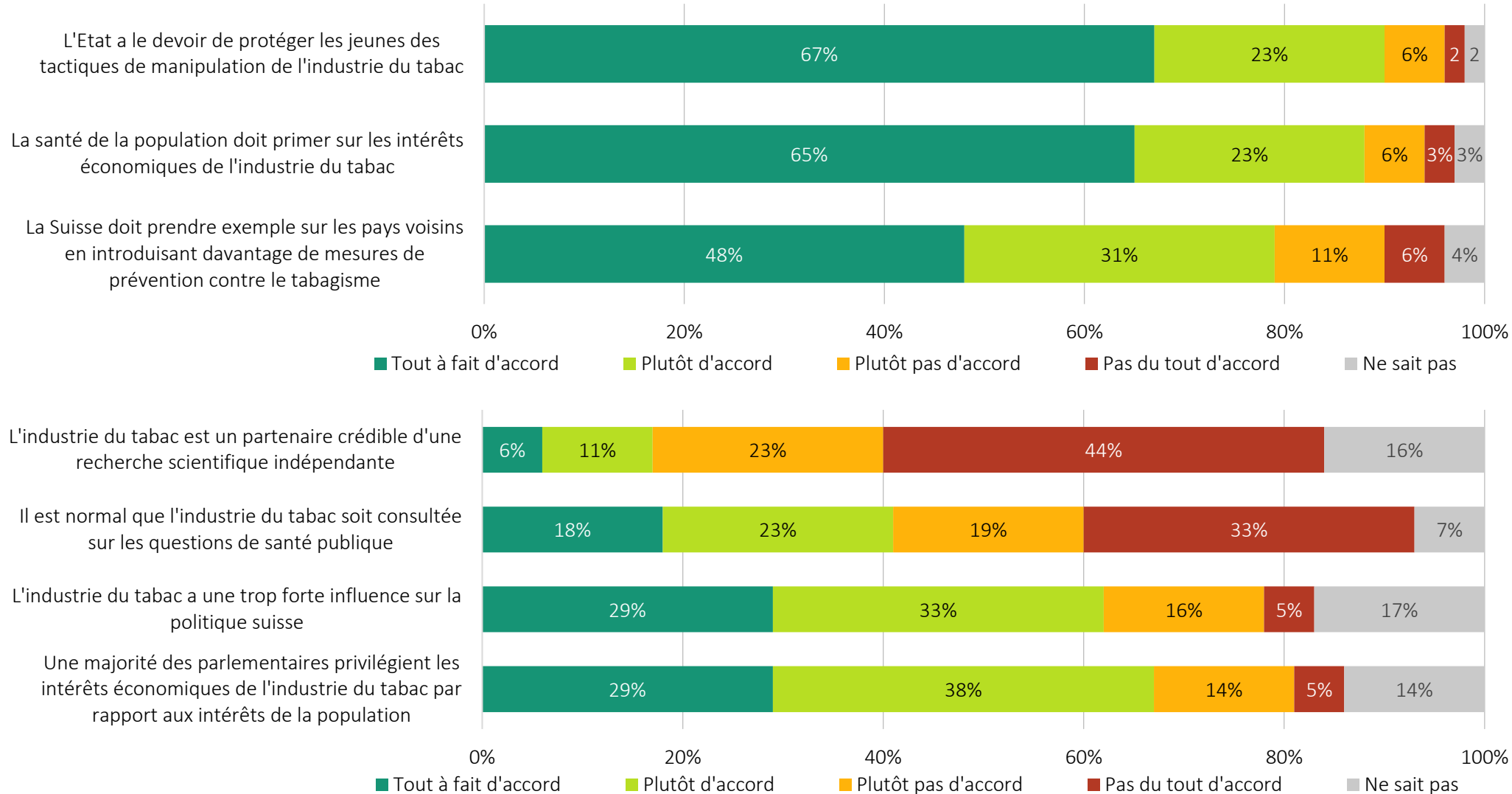
- 90% des Romands interrogés estiment que l'Etat a le devoir de protéger les jeunes de l'industrie du tabac et que la santé doit primer sur les intérêts économiques de l'industrie, mais dans le même temps, ils sont les deux tiers à penser qu'une majorité des parlementaires privilégient l'industrie du tabac par rapport aux intérêts de la population et que l'industrie du tabac a une trop forte influence sur la politique suisse. Les plus jeunes, qui sont aussi plus fumeurs que les autres, sont beaucoup moins nombreux à penser que l'Etat doit intervenir, que la santé prime sur les intérêts économiques et que l'industrie du tabac influence fortement la politique.
- Près de 8 Romands sur 10 pensent que la Suisse doit prendre exemple sur les pays voisins en introduisant plus de mesures de prévention contre le tabagisme. Ils sont la même proportion à estimer que l'industrie du tabac n'est pas un partenaire crédible pour une recherche scientifique indépendante et 52% qu'il n'est pas normal qu'elle soit consultée sur les questions de santé publique.
- Pour une très grande majorité des Romands (80%), les actions menées par l'industrie du tabac pour être plus responsables ne sont qu'une façon de réduire les critiques et d'améliorer leur image. Les non-consommateurs ou les anciens consommateurs et les personnes les plus âgées sont les plus nombreux à partager cette opinion.
- Au global, 8 Romands sur 10 estiment que l'impact global du tabac sur l'environnement est **négatif**, dont 36% pensent qu'il est même très négatif. Même si les plus jeunes consomment davantage de produits du tabac et de la nicotine que les plus âgés, ils sont aussi plus nombreux à être conscients de l'impact négatif du tabac sur l'environnement, probablement car ils sont plus au fait de ces problématiques environnementales que leurs aînés.

Politique et ingérence

16

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes ?

Base : 1'070 Romands

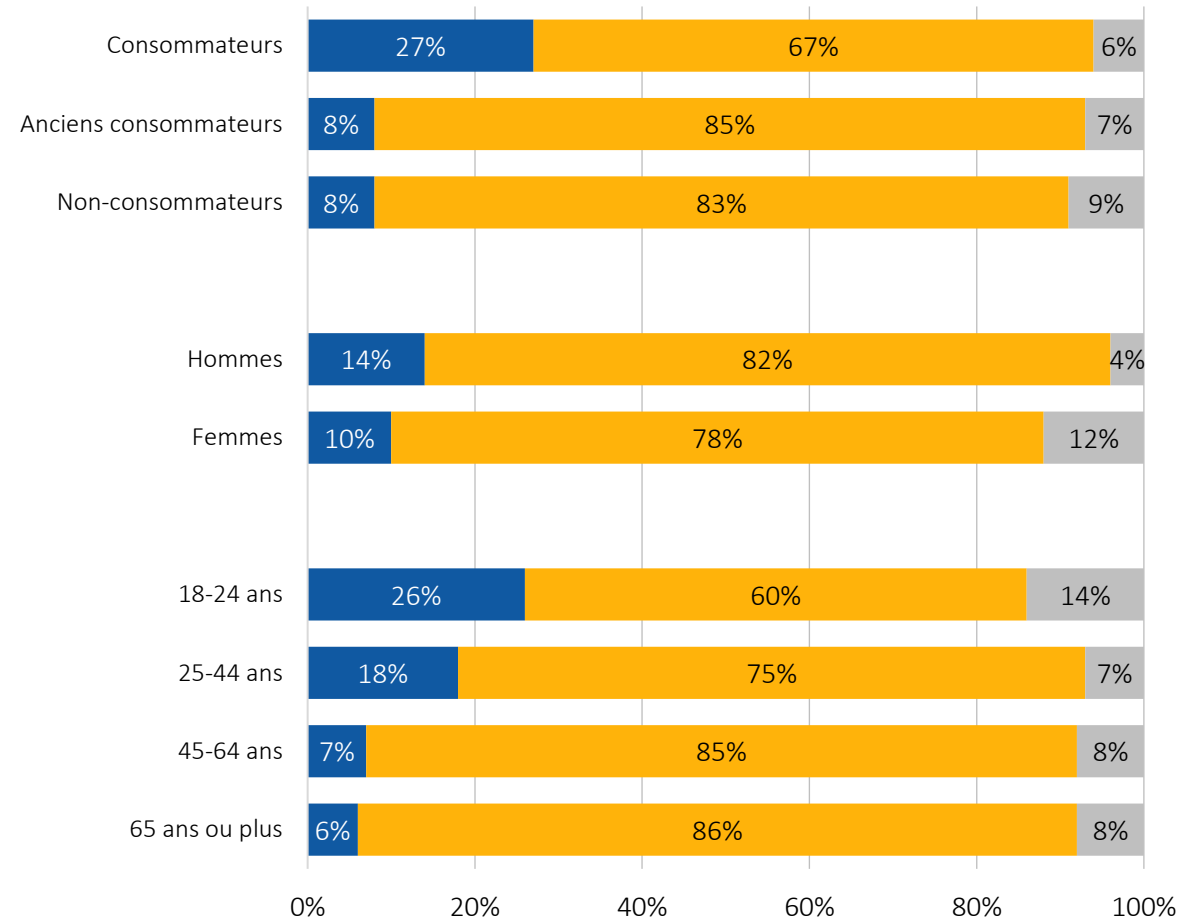
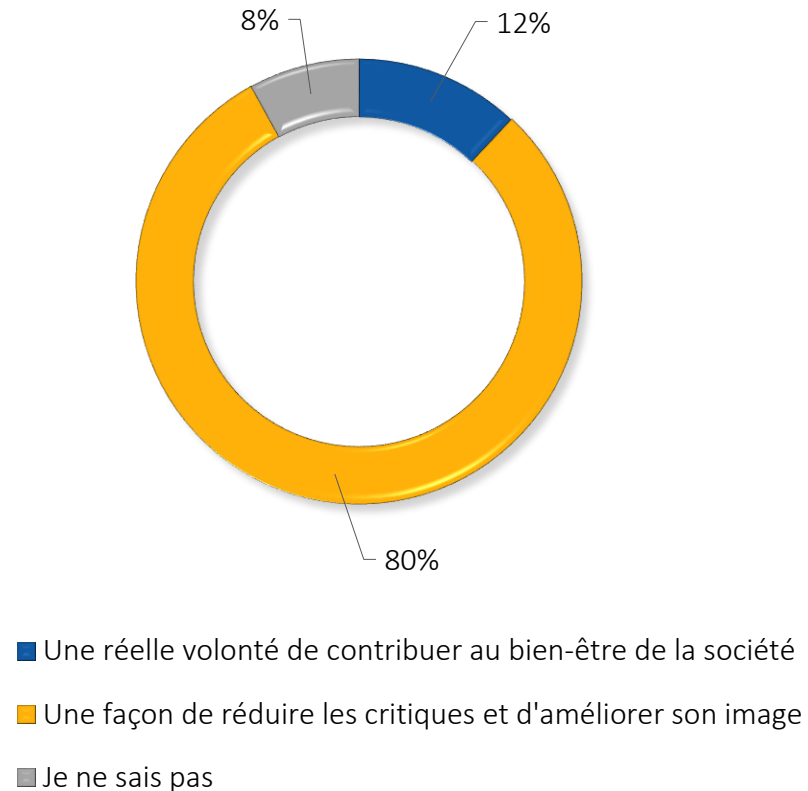


Evaluation des actions menées pour être plus responsables

17

Pensez-vous que les actions menées par l'industrie du tabac pour être plus responsables sont plutôt ... ?

Base : 1'070 Romands

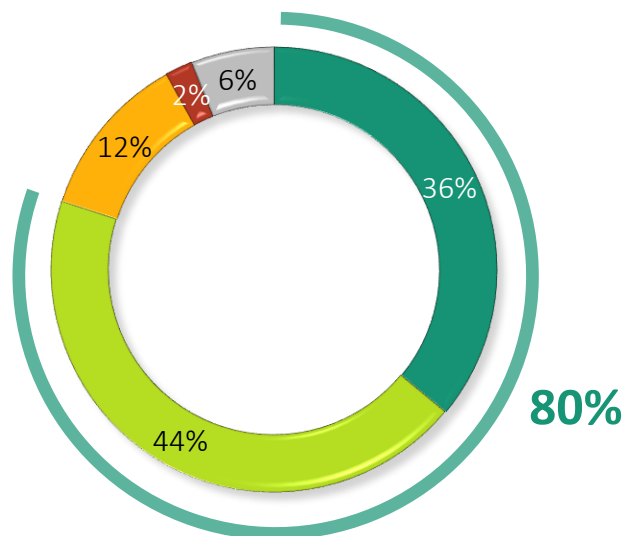


Impact du tabac sur l'environnement

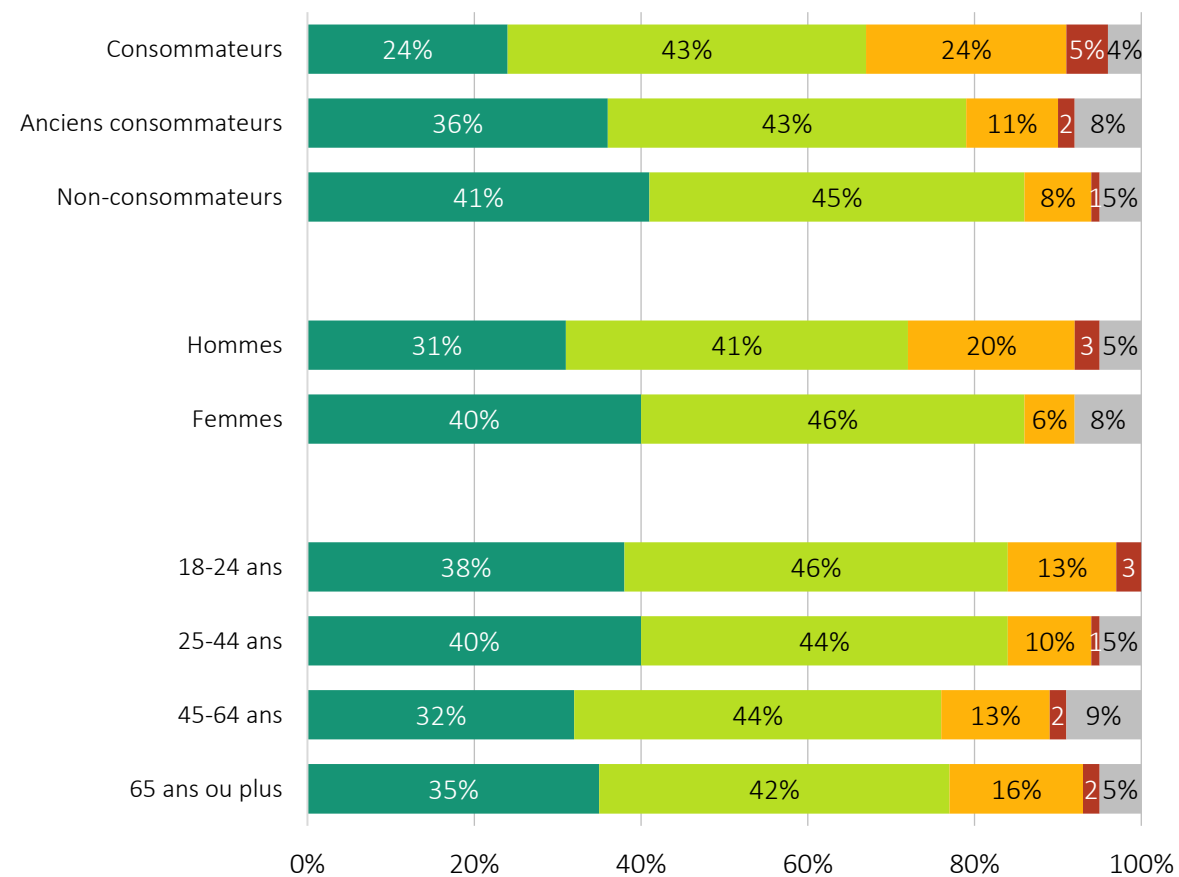
18

Selon vous, quel est l'impact global du tabac (culture, production de cigarettes, consommation...) sur l'environnement ?

Base : 1'070 Romands



■ Très négatif
■ Assez négatif
■ Pas vraiment négatif
■ Pas du tout négatif
■ Ne sait pas





Marketing et communication



Marketing et communication

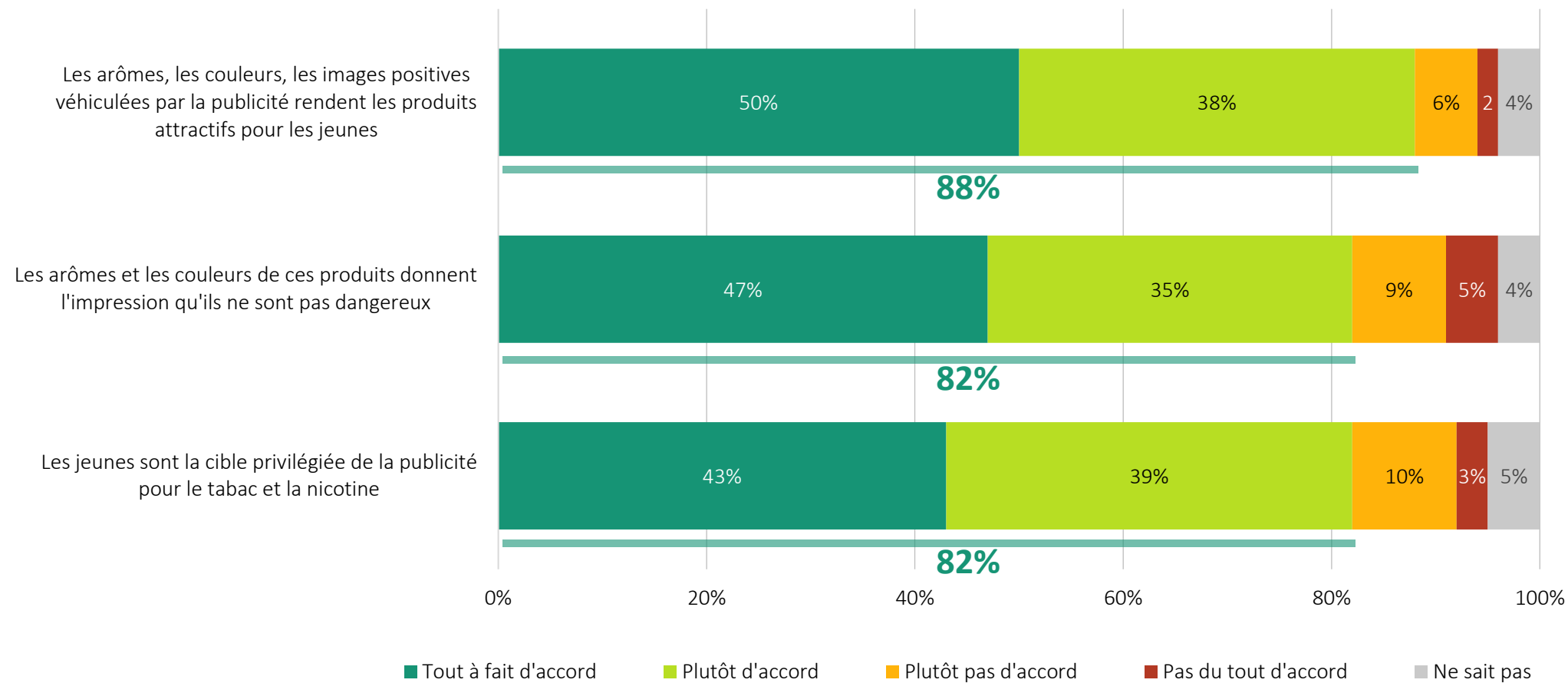
- Plus de 8 Romands sur 10 trouvent que les arômes, les couleurs et les images positives véhiculées par la publicité rendent les produits attractifs pour les jeunes et donnent l'impression qu'ils ne sont pas dangereux. Ils sont aussi la même proportion à estimer que la cible privilégiée par l'industrie sont les **jeunes**. Les consommateurs partagent moins ces opinions que les autres. Les plus jeunes sont moins d'avis qu'ils sont la cible privilégiée et que les arômes et les couleurs masquent la dangerosité de ces produits, néanmoins, ils estiment dans une même proportion que les autres que ces couleurs et les arômes rendent ces produits attractifs.
- Les supermarchés, les kiosques et les lieux festifs sont les principales sources de **visibilité de la promotion des produits du tabac ou de la nicotine**. Plus des deux tiers des Romands voient au moins de temps en temps de la promotion dans ces lieux. Les consommateurs sont plus attentifs en général à ces communications, avec les 25-44 ans. Les plus jeunes sont plus exposés que les autres aux communications sur Internet ou les réseaux sociaux.
- Parmi ceux qui ont vu des communications autour de ces produits, 54% se souviennent de communications pour les cigarettes électroniques rechargeables, 47% pour le tabac à chauffer (ex. IQOS), 45% pour les cigarettes et 41% pour les cigarettes électroniques jetables. Les non-consommateurs citent plus souvent une exposition à des communications pour les cigarettes électroniques rechargeables et le tabac à chauffer alors que les consommateurs se souviennent plus souvent de campagnes sur les snus et les sachets de nicotine.

Marketing envers les jeunes

21

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes sur les produits de tabac et de la nicotine ?

Base : 1'070 Romands

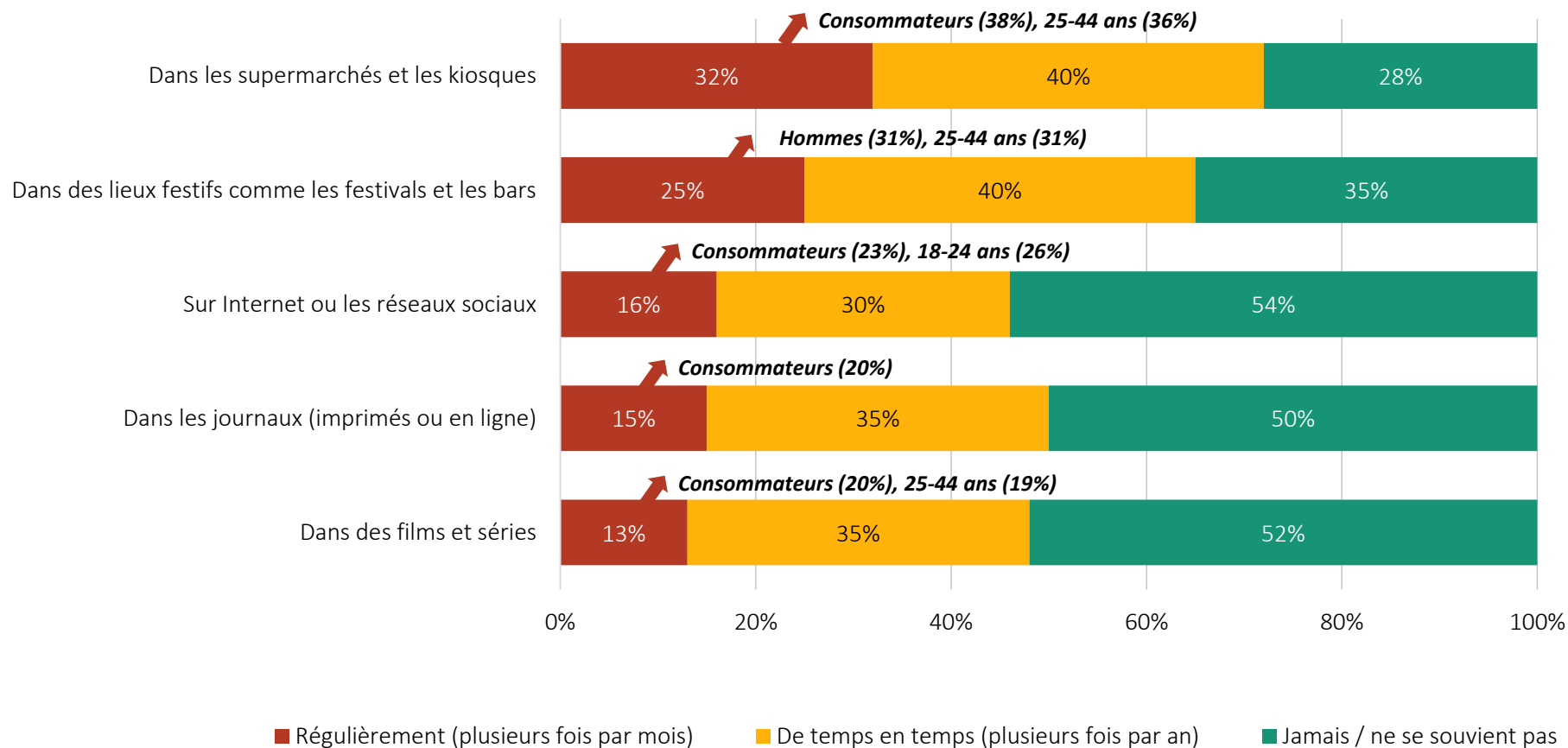


Notoriété de la promotion pour les produits du tabac

22

Vous souvenez-vous avoir vu de la promotion pour les produits du tabac ou de la nicotine (publicité, sponsoring, goodies...) au cours des 12 derniers mois ?

Base : 1'070 Romands



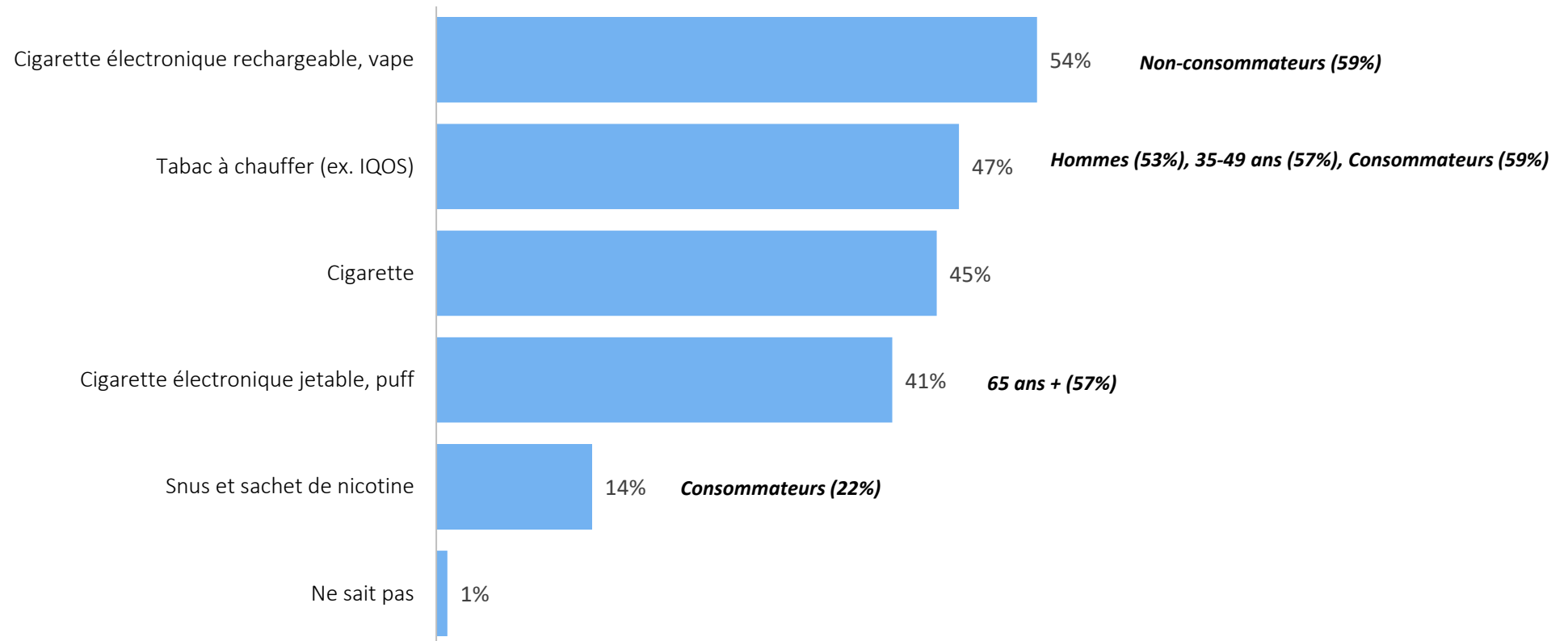
83% des Romands ont vu de la promotion pour les produits du tabac ou de la nicotine

Notoriété de la promotion pour les produits du tabac

23

Pour quels produits voyez-vous le plus souvent de la publicité ?

Base : 892 Romands qui ont vu de la promotion pour les produits du tabac



Mesures de prévention



Mesures de prévention

- Une très grande majorité des Romands interrogés (plus de 8 sur 10) sont très favorables à un contrôle efficace de l'âge pour l'achat en ligne, à l'interdiction du placement de produits par les influenceurs et à interdire la vente de cigarettes électroniques jetables.
- Les mesures suivantes recueillent plus de trois quarts d'avis favorables dont la moitié d'avis très favorables : l'interdiction totale de la publicité pour le tabac et ses dérivés, l'interdiction des arômes et ne pas exposer les produits de manière visible dans les points de vente.
- 7 Romands sur 10 sont également favorables à l'interdiction du sponsoring des festivals et à l'augmentation des prix.
- L'interdiction des automates à cigarette dans les bars et l'introduction du paquet neutre séduisent près des deux tiers des Romands.
- Les non-consommateurs sont les plus favorables aux mesures de prévention, notamment sur l'augmentation du prix, l'interdiction des automates ou le fait de ne pas exposer les produits dans les points de vente. **Les femmes sont globalement plus favorables à toutes les mesures de prévention** que les hommes. **Les plus jeunes et les consommateurs sont les moins favorables à ces** mesures et notamment à l'interdiction des arômes, de la publicité ou des automates pour les plus jeunes et à l'interdiction de vente des cigarettes électroniques jetables pour les fumeurs.
- Les lieux fréquentés par les enfants sont les principaux lieux à devoir être non-fumeur selon les Romands interrogés (cours des récréation des écoles, voitures transportant des enfants et places de jeux), **devant les terrains de sport et piscine (83%) et les terrasses de restaurant aux heures de repas (80%).**
- L'extérieur des lieux de formation, les arrêts de bus et les parcs publics ou plages devraient également être non-fumeurs pour plus de 7 Romands sur 10. **L'interdiction de fumer à n'importe quelle heure sur les terrasse de restaurant divise plus les Romands avec 60% de favorables (dont 34% de très favorables) et 36% de non-favorables.**
- Les consommateurs sont moins favorables que les autres à rendre ces lieux non-fumeurs, même les lieux fréquentés par les enfants, mais la différence avec les non-consommateurs est particulièrement grande pour les terrasses de restaurant aux heures de repas, les terrains de sport et piscines, l'extérieur des lieux de formation et dans les parcs publics et plages.

Mesures de prévention

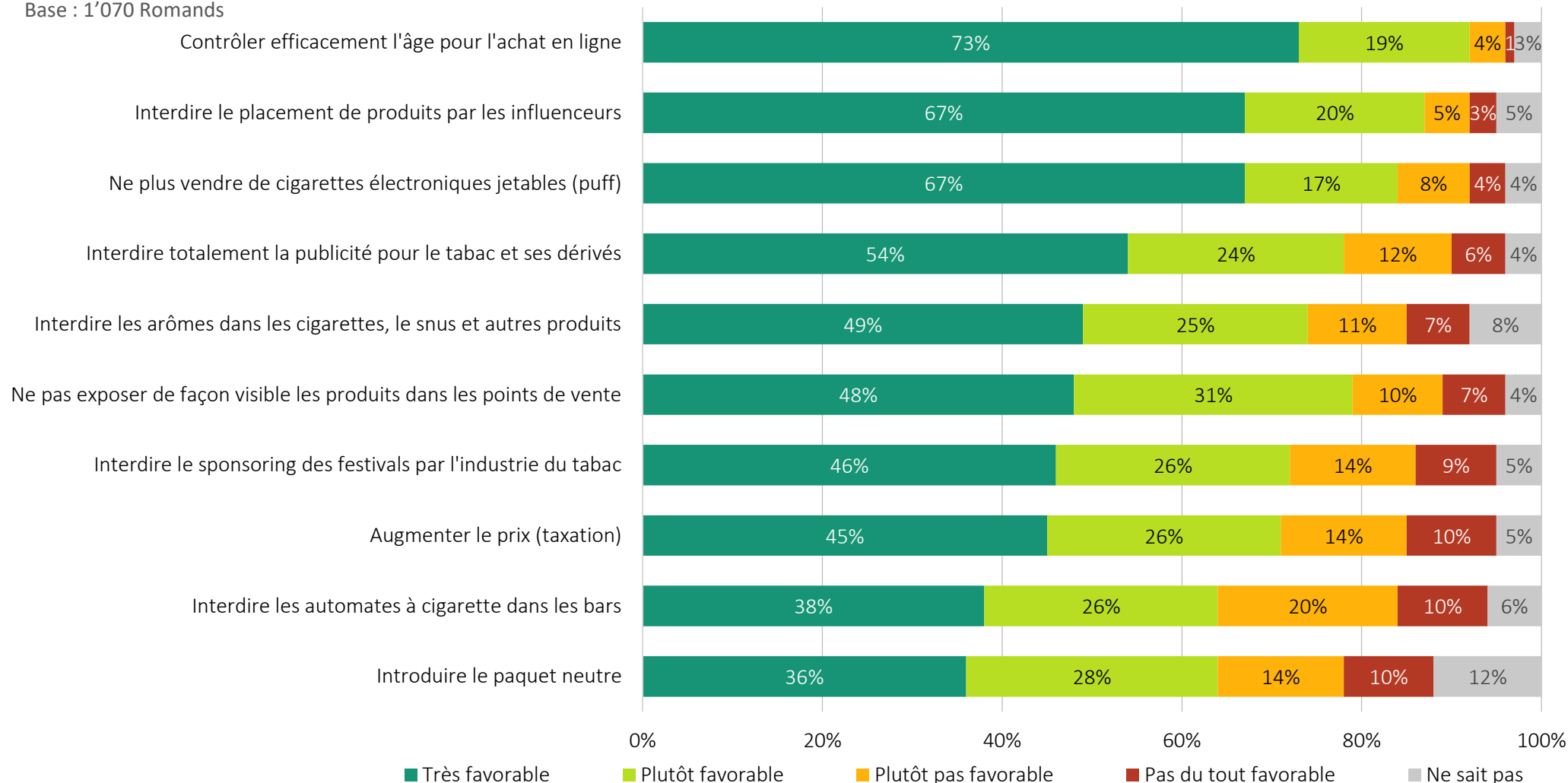
- Pour près de 9 Romands sur 10, il est nécessaire de renforcer la prévention du **tabagisme**. Les consommateurs sont 8 sur 10 à partager cette opinion.
- La **protection des jeunes** est l'argument le plus important pour le renforcement de la prévention, devant la **préservation de la santé, la diminution de la consommation ou le fait de faire baisser le nombre de victimes** du tabac et de ses dérivés.
- Ceux pour qui il n'est pas nécessaire de renforcer la prévention axent leurs arguments **sur la liberté individuelle et le fait qu'il y en a déjà assez**.
- Enfin, le projet de loi proposé au Royaume-Uni prévoyant que les personnes **nées en 2009 et années suivantes ne pourront jamais acheter de cigarettes** **divise les Romands**. 47% se déclarent favorables à cette mesure (24% très et 23% plutôt) contre 43% qui ne le sont pas. Étonnamment, les plus jeunes et les 25-44 ans y seraient les plus favorables.

Evaluation des mesures de prévention

27

Dans quelle mesure êtes-vous favorable à la mise en place des mesures suivantes pour diminuer la consommation de tabac ou de produits de la nicotine ?

Base : 1'070 Romands

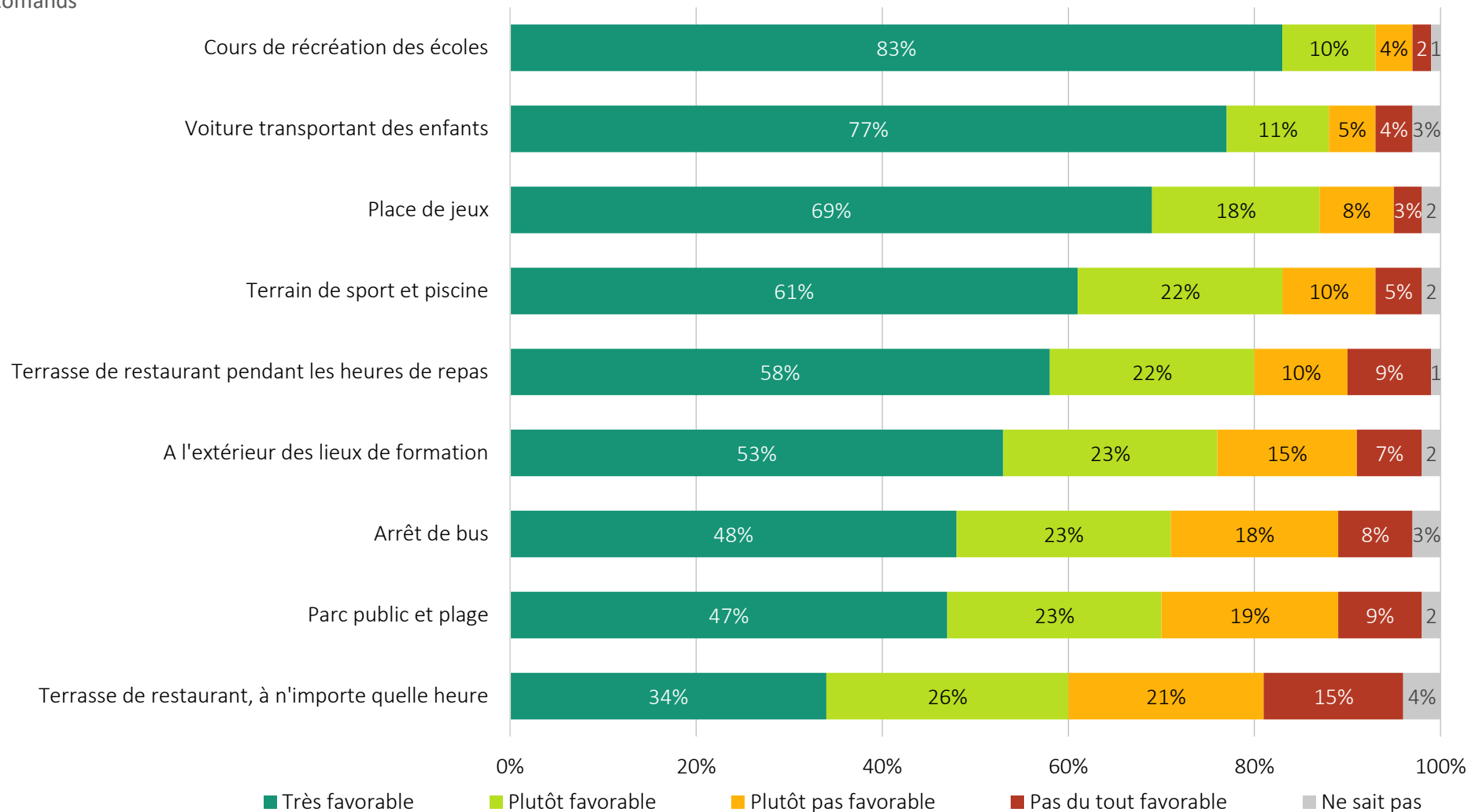


Lieux à rendre non-fumeurs

28

Seriez-vous favorable à rendre les lieux suivants non-fumeurs ?

Base : 1'070 Romands

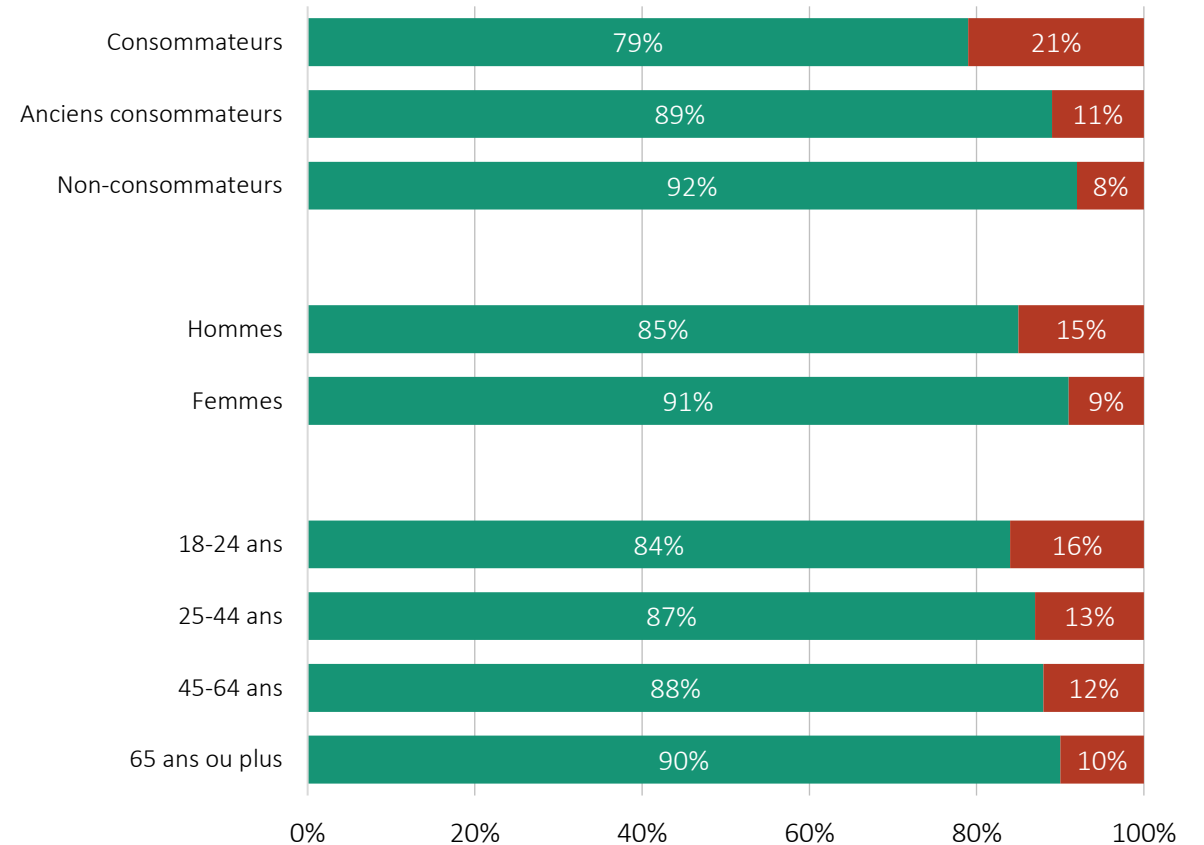
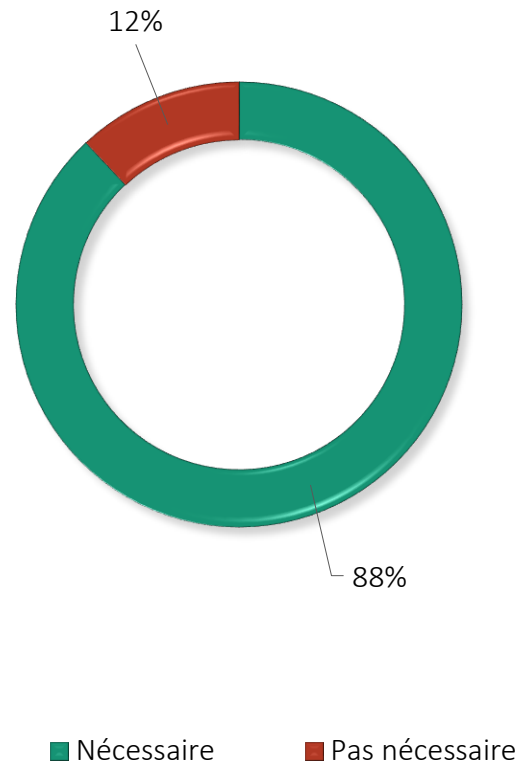


Nécessité de renforcer la prévention

29

Pensez-vous qu'il est nécessaire de renforcer la prévention du tabagisme ?

Base : 1'070 Romands

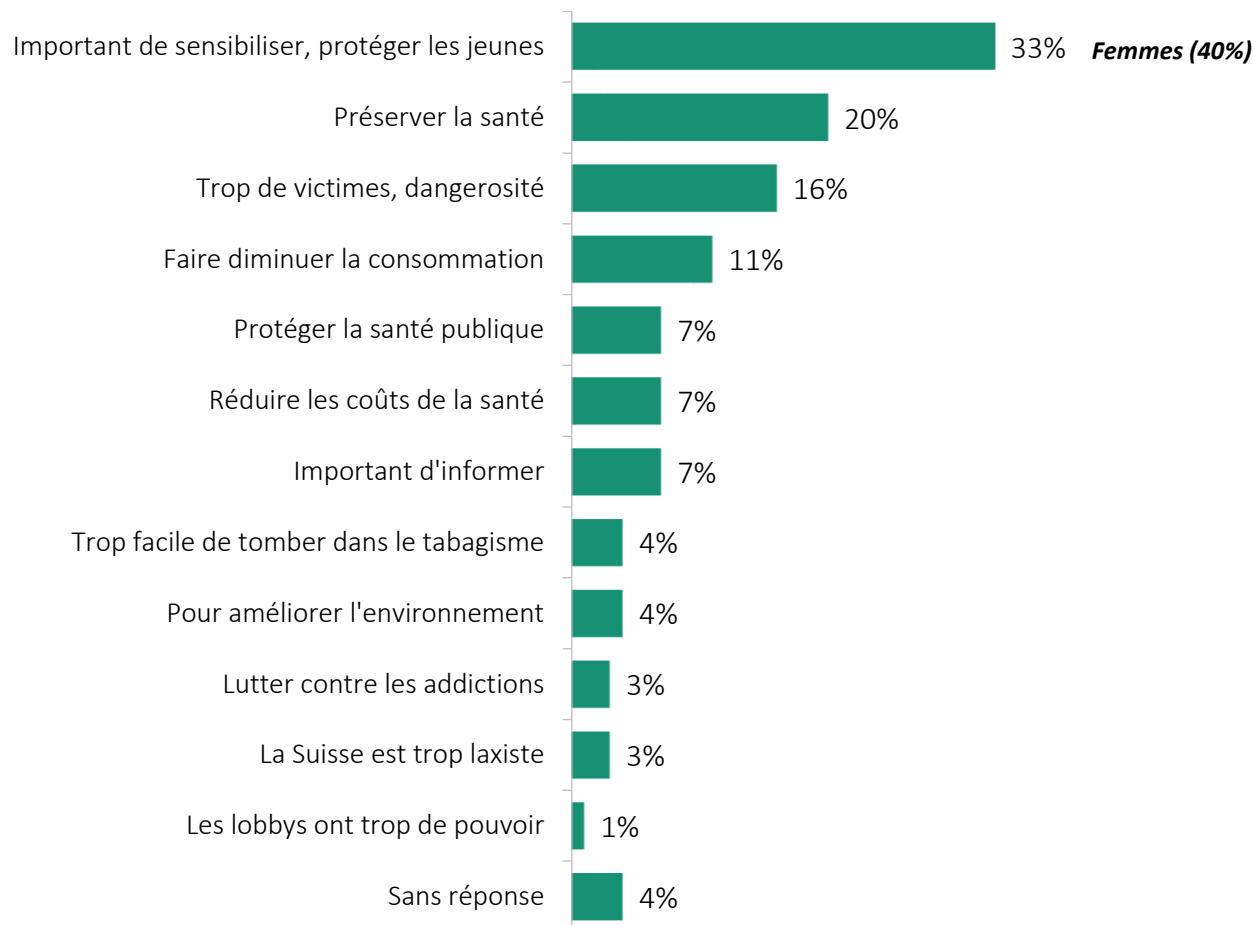


Nécessité de renforcer la prévention

30

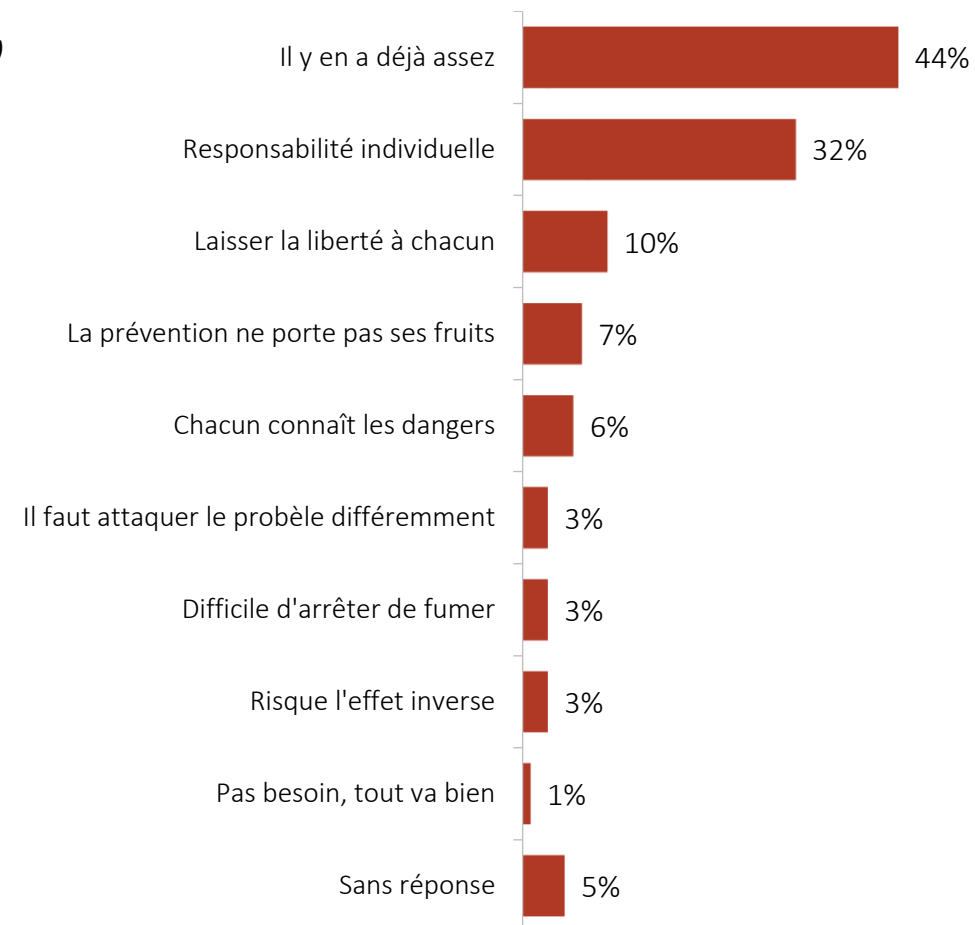
Pourquoi pensez-vous qu'il est nécessaire de renforcer la prévention du tabagisme ?

Base : 941 Romands qui estiment nécessaire de renforcer la prévention



Pourquoi pensez-vous qu'il n'est pas nécessaire de renforcer la prévention du tabagisme ?

Base : 129 Romands qui n'estiment pas nécessaire de renforcer la prévention

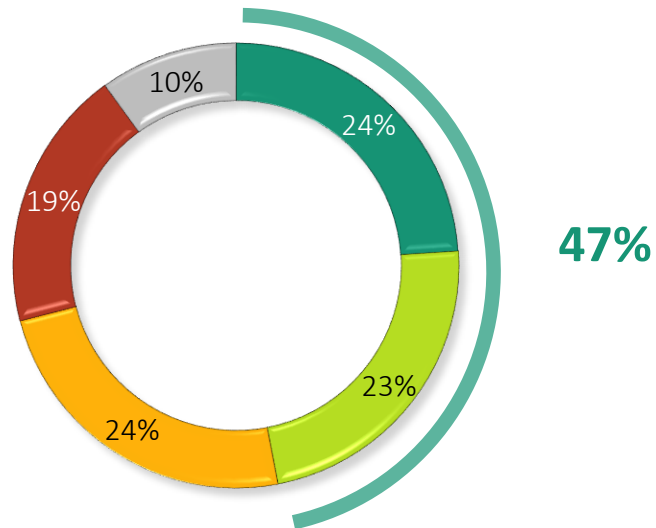


Intérêt pour le projet de loi au Royaume-Uni

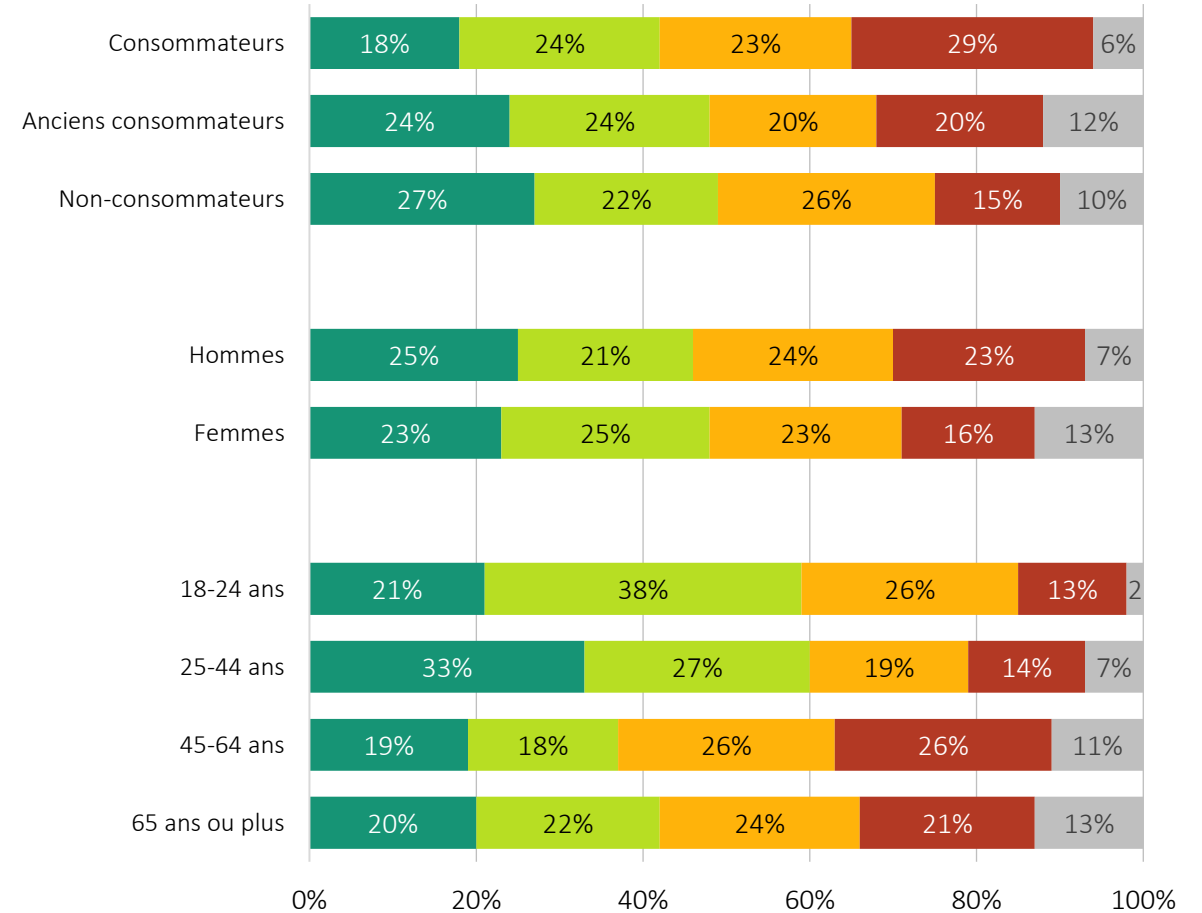
31

Au Royaume-Uni, un projet de loi prévoit que les personnes nées en 2009 et années suivantes ne pourront jamais acheter des cigarettes. Dans quelle mesure êtes-vous favorable à une mesure similaire en Suisse ?

Base : 1'070 Romands



■ Très favorable
■ Plutôt favorable
■ Plutôt pas favorable
■ Pas du tout favorable
■ Ne sait pas



Conclusions



Encadrement accru

- 90% des romands estiment que l'Etat doit protéger les jeunes contre l'influence de l'industrie du tabac. Cela illustre la large reconnaissance du rôle de l'Etat dans la régulation et la prévention du tabagisme, surtout chez les jeunes qui sont plus vulnérables aux stratégies marketing.
- Il existe une réelle défiance à l'égard de l'industrie du tabac. En effet, 80% considèrent que l'industrie du tabac cherche à améliorer son image à travers ses initiatives responsables et que celle-ci a une trop forte influence sur les politiques publiques, les deux tiers des Romands estimant en outre que les parlementaires privilégient les intérêts de cette industrie au détriment de la population. Cela révèle une inquiétude sur le lobbying et une volonté d'encadrement politique plus indépendant des intérêts économiques.

Consensus sur la prévention et les restrictions

- Les mesures de prévention proposées recueillent un large soutien : plus de 8 Romands sur 10 sont favorables au contrôle strict de l'âge pour l'achat en ligne de produits de tabac, à l'interdiction des placements de produits par les influenceurs et à l'interdiction des cigarettes électroniques jetables. 75% soutiennent l'interdiction totale de la publicité pour les produits du tabac, la suppression des arômes attractifs et la non-exposition des produits en magasin.
- Cela montre une acceptation sociale croissante des mesures de prévention avec une prise de conscience que le tabagisme est davantage une addiction qu'un choix personnel. Même parmi les consommateurs, les deux tiers déclarent qu'il ne recommenceraient pas à fumer s'ils en avaient la possibilité, reconnaissant eux-mêmes les effets négatifs de cette addiction.

Volonté de protéger les jeunes

- Les Romands sont également favorables à l'interdiction du tabac dans certains lieux publics, en particulier ceux fréquentés par les enfants. Cela montre une volonté de limiter l'exposition au tabac des plus jeunes.
- Toutefois, certaines restrictions sont plus controversées et suscitent des résistances : l'interdiction de fumer à toute heure sur les terrasses des restaurants divise, comme le projet de loi britannique, même si une moitié y est toutefois favorable.
- Néanmoins, l'intensification de la prévention est jugée nécessaire par 9 Romands sur 10, pour protéger les jeunes et réduire la consommation.