

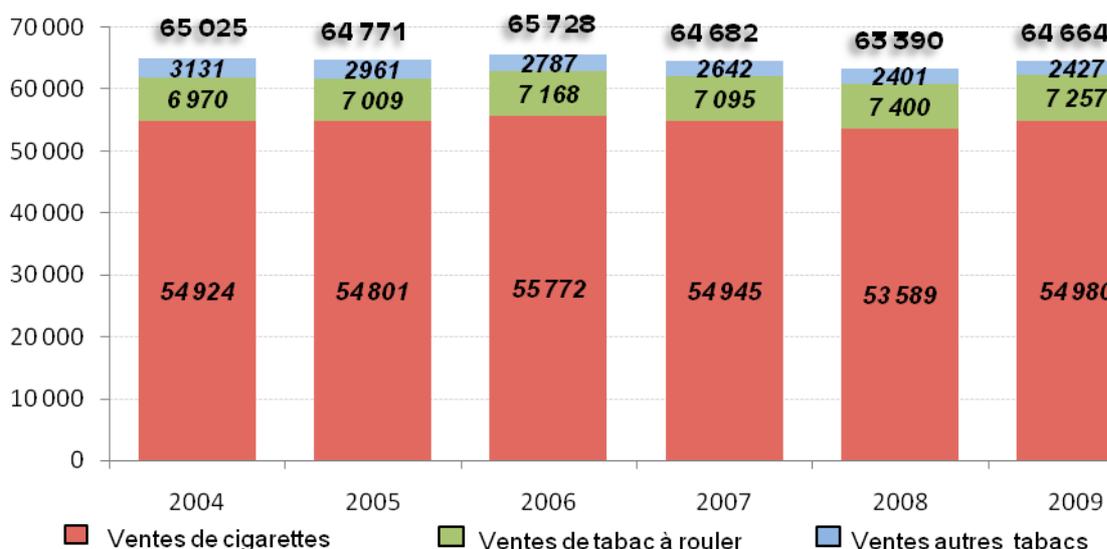
## Tabagisme et arrêt du tabac en 2009

Les bilans annuels du tableau de bord tabac ([www.ofdt.fr](http://www.ofdt.fr))<sup>1</sup> donnent une vue synthétique de l'évolution depuis 2004 des principaux indicateurs liés au tabagisme, à la prise en charge des fumeurs et aux actions de prévention et d'information. Ce bilan 2009 constitue la 5<sup>ème</sup> édition de cet exercice : cette 2<sup>ème</sup> version corrige les données de traitements suite à l'actualisation de la liste des produits suivis.

### Les ventes de cigarettes repartent à la hausse

Les ventes de tabac ont globalement augmenté en 2009 : le total de 64 664 tonnes vendues en France métropolitaine en 2009 correspond à une hausse de 2 % par rapport à 2008 (*graphique 1*). Cette évolution s'explique par l'augmentation des ventes de cigarettes (+2,6 %). Les ventes de tabac à rouler ont au contraire régressé (-1,9 %). Cette baisse a cependant un impact limité au niveau global, le tabac à rouler ne représentant qu'environ 11 % du total des ventes en 2009. Il est à noter que cette part est pour la première fois en diminution depuis 2004. Les augmentations de prix de janvier et de novembre 2009, qui ont renchéri le prix moyen du tabac à rouler de près de 60 centimes, ont interrompu la hausse quasi continue des ventes de cette catégorie de produit (*graphique 3*).

**Graphique 1. Ventes totales de tabac (en tonnes) et répartition entre cigarettes, tabac à rouler et autres tabacs (source : Altadis/DGDDI)**



La croissance des ventes de cigarettes est survenue dès le printemps 2009. L'augmentation du prix du paquet de 30 centimes en moyenne (+ 5,7 %) intervenue en novembre 2009 n'a pu jouer que sur les deux derniers mois de l'année et ne paraît pas encore avoir eu d'influence sur les ventes. A moyen terme, depuis le recul en 2003-2004 consécutif aux fortes hausses du prix des cigarettes, le niveau des ventes est resté relativement stable. Les quantités en 2009 sont ainsi sensiblement les mêmes qu'en 2004.

L'évolution des ventes de cigarettes semble fortement liée à celle des prix. Lorsqu'ils n'augmentent pas ou peu, les ventes semblent rapidement repartir à la hausse. Ainsi, la stabilisation des prix entre 2004 et 2006 s'est traduite par une augmentation conséquente des ventes en 2006 (*graphique 2*). La tendance au repli des ventes entre 2006 et 2008 a ensuite été concomitante à la reprise d'un mouvement de hausse des prix mais aussi, il est vrai, aux mesures d'interdiction de fumer dans les lieux collectifs entrées en vigueur le 2 février 2007<sup>2</sup> et le 1<sup>er</sup> janvier 2008<sup>3</sup>. La quasi stabilité des prix

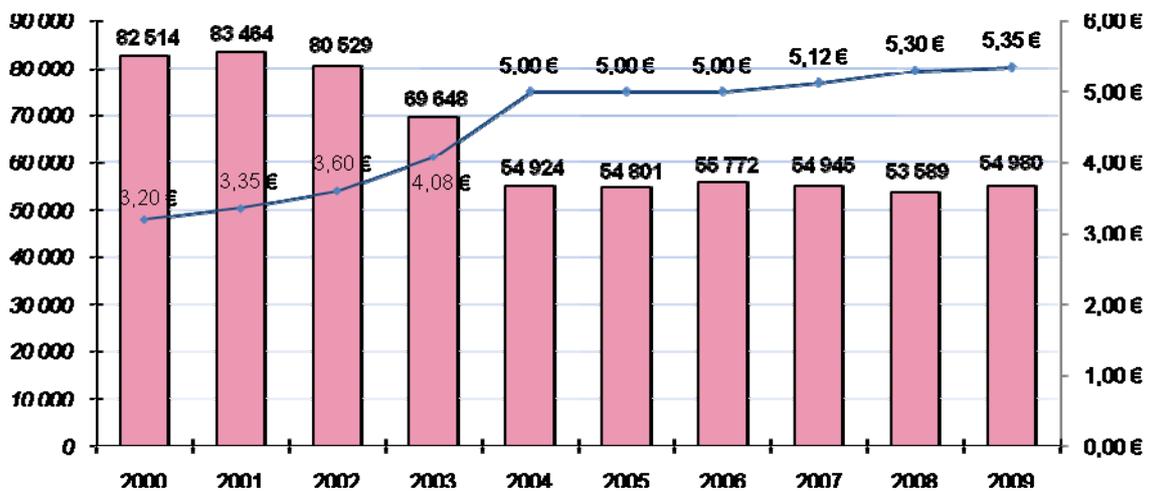
<sup>1</sup> Voir la présentation en fin de document du Tableau de bord.

<sup>2</sup> Interdiction de fumer dans les entreprises, administrations, établissements scolaires, établissements de santé.

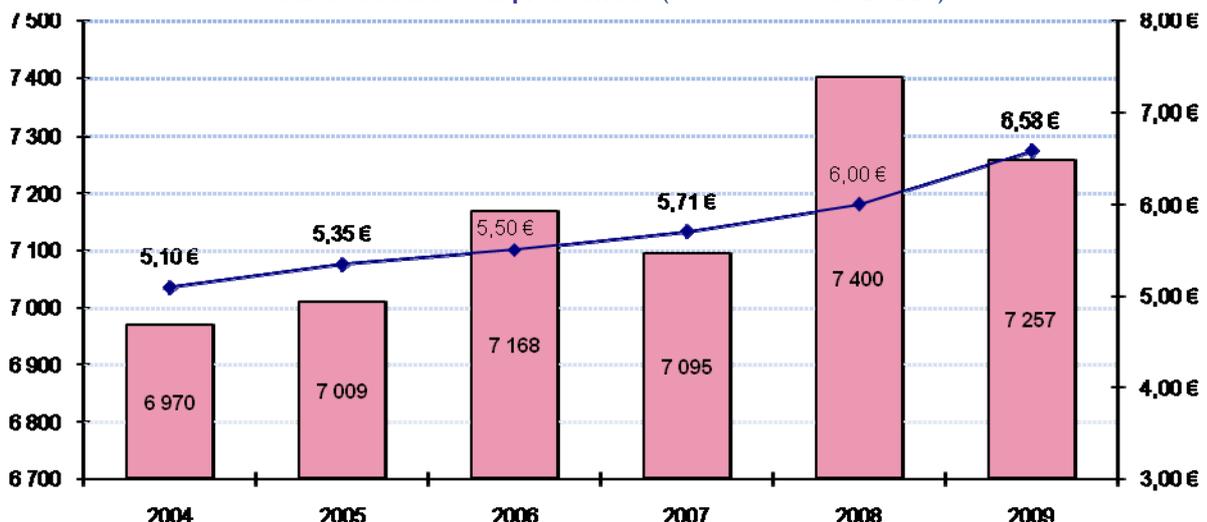
<sup>3</sup> Interdiction de fumer dans les lieux de convivialité (cafés, hôtels, restaurants, discothèques, casinos).

entre 2008 et 2009 s'est accompagnée d'un retournement de tendance. Cette réaction à l'absence d'augmentation des prix paraît cependant particulièrement rapide et forte en 2009. Selon les industriels du tabac, la stabilité des prix en France et leur augmentation en Espagne et en Belgique<sup>4</sup>, la crise économique (décourageant les déplacements) et les opérations ciblées menées par la douane dans les zones frontalières auraient eu pour effet de diminuer les achats de cigarettes dans les pays limitrophes. L'augmentation des ventes serait ainsi la conséquence du report de ces achats vers le circuit de distribution français et non d'une hausse de la consommation. Cette explication, qui conforte la position des industriels du tabac en faveur d'une modération des augmentations de prix, demande à être vérifiée. Un effet de report des achats est vraisemblable mais une tendance simultanée à la hausse de la consommation ne peut être exclue. Des analyses sont en cours pour comparer l'évolution des ventes entre les départements frontaliers et les départements les plus éloignés des frontières.

**Graphique 2. Ventes de cigarettes (en millions d'unités) et prix annuel moyen des cigarettes de la classe la plus vendue (source : Altadis/DGDDI)**



**Graphique 3. Ventes annuelles de tabac à rouler (en tonnes) et prix annuel moyen du paquet de tabac à rouler de la classe la plus vendue (source: Altadis/DGDDI)**

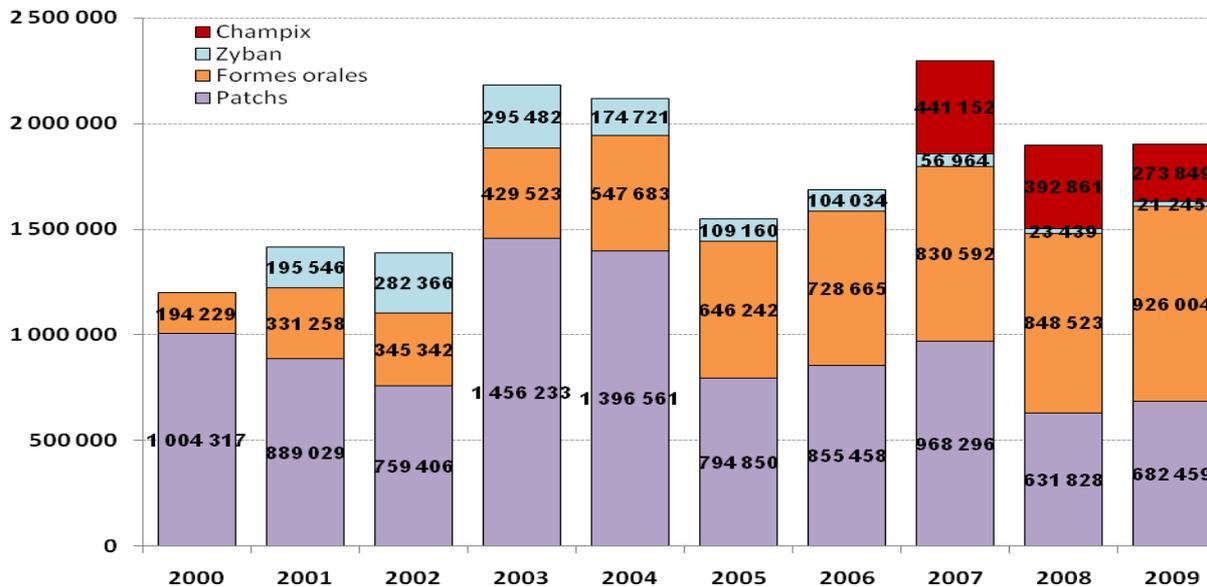


<sup>4</sup> En juillet 2008, selon les données de la Commission Européenne, le prix moyen d'un paquet de 20 cigarettes était de 5,30 € en France, de 2,40 € en Espagne et de 4,16 € en Belgique. En juillet 2009, selon l'étude BAT France/ Epsy, le prix moyen d'un paquet de 20 cigarettes était toujours de 5,30 € en France mais de 3,45 € en Espagne et de 4,60 € en Belgique. Le prix en France du paquet de cigarettes était de 55 % supérieur à celui en Espagne et de 20 % supérieur à celui en Belgique en 2008. Cette différence est tombée à respectivement 35 % et 13 % en 2009.

### Les traitements pour l'arrêt du tabac progressent légèrement

Sur l'ensemble de l'année 2009, les ventes en officines de ville de traitements pour l'arrêt du tabac enregistrent une très légère augmentation par rapport à 2008 : 1 930 655 « patients traités »<sup>5</sup> contre 1 903 295 en 2008, soit 1,4 % de plus (graphique 4).

**Graphique 4. Ventes de traitements pour l'arrêt du tabac, en équivalent "nombre de patients traités"**  
(source: GERS)



Les traitements pharmacologiques (Zyban et Champix) voient leur volume de ventes traduit en nombre de patients traités diminuer alors que les substituts nicotiniques progressent. Le partage des parts de marché évoluent peu : les substituts nicotiniques constituent toujours la très grande majorité des traitements alors que le Zyban® et surtout le Champix® enregistrent un net recul de leurs parts respectives. Plus précisément, les évolutions sont les suivantes :

- Les ventes de substituts sous forme orale augmentent de 9,1 % en équivalent mois de traitement entre 2008 et 2009. C'est la catégorie qui a connu la hausse de ses ventes et de sa part de marché<sup>6</sup> la plus importante (+ 3,4 points), passant de 44,6 % en 2008 à 48 % en 2009.
- Les ventes de timbres transdermiques augmentent de 8 % entre 2008 et 2009. Leur part de marché connaît dans le même temps une hausse de 2 points (35,3 % en 2009 contre 33,2 % en 2008). Néanmoins, relativement à 2003-2004, les ventes de timbres ont été divisées par 2 et leur part dans les substituts nicotiniques a connu une baisse importante et continue (42,4 % en 2009 contre 77 % en 2003).
- Les ventes de Zyban® continuent de baisser : en équivalent mois de traitement, la diminution est de 9,4 % entre 2008 et 2009 (contre 58,9 % entre 2007 et 2008). La part de marché de ce produit, devenue très faible en quelques années, évolue en revanche très peu, passant de 1,2 % en 2008 à 1,1 % en 2009.
- Le Champix®, après sa mise sur le marché réussie en 2007, connaît une certaine désaffection : ses ventes diminuent de 30,3 % par rapport à 2008 et sa part de marché passe de 20,6 % à 14,2 %. Les possibles effets secondaires de la varénicline<sup>7</sup> et le prix ont pu avoir un impact important.

<sup>5</sup> On opère une traduction des ventes brutes de ces médicaments en nombre de mois de traitement. La durée moyenne de traitement est ici estimée à un mois (compte tenu des échecs précoces), soit 60 comprimés de Zyban® ou de Champix®, 30 timbres transdermiques ou 300 formes orales (estimation OFT).

<sup>6</sup> Les parts de marché sont aussi calculées en équivalent mois de traitement.

<sup>7</sup> La varénicline est le principal composant actif du Champix® : la pharmacovigilance a mis en avant des effets secondaires, tels que des problèmes cardiaques et des troubles dépressifs, non mentionnés dans un premier temps. Cf. <http://www.afssaps.fr/Infos-de-securite/Communiqués-de-presse/Champix-R-tartrate-de-varénicline-point-d-information>.

Un système de prise en charge partielle (à hauteur de 50 € par an) des substituts nicotiques a été mis en place par l'Assurance Maladie en février 2007. En 2008, 488 441 forfaits avaient été versés, représentant plus de 24 millions d'euros. En 2009, ce dispositif existe toujours mais les chiffres sur le nombre de forfaits ne sont pas disponibles.

*Les consultations de tabacologie : davantage de nouveaux patients et des délais un peu plus longs d'obtention d'un rendez-vous*

Les données relatives à l'activité des consultations de tabacologie ne sont intégrées au tableau de bord que depuis 2006<sup>8</sup>. L'analyse de l'évolution de l'activité des consultations de tabacologie entre 2008 et 2009 met en lumière les points suivants :

- Les consultations tabacologiques ont accueilli davantage de nouveaux patients en 2009 : leur nombre est en moyenne passé de 13,9 à 14,7.
- La répartition de ces nouveaux patients suivant la façon dont ils ont accédé à la consultation est restée quasiment identique entre 2008 et 2009 : 58 % sont adressés par un professionnel de santé et 37 % consultent suite à une démarche personnelle.
- Le délai d'attente pour un premier rendez-vous a légèrement augmenté en 2009 pour s'établir à un peu plus de 12 jours contre 11 en moyenne<sup>9</sup> en 2008.

*Autant de campagnes d'information et de prévention mais une affluence accrue vers les lignes de Tabac Info Service*

En 2009, 33 106 appels concernant l'arrêt du tabac ont été traités en premier niveau<sup>10</sup> par la ligne téléphonique Tabac Info Service (TIS) ; ce sont environ 11 500 appels de plus qu'en 2008 soit une hausse de 53,5 %. Pour ce qui concerne le second niveau, 13 728 appels ont été traités par des tabacologues.

Bien que ces appels téléphoniques soient dépendants des campagnes de prévention mises en œuvre en France, cette hausse ne s'explique pas par une intensification des campagnes d'information publiques initiées par les associations ou les pouvoirs publics, via l'INPES pour ces derniers. Effectivement, le nombre de jours de campagne d'information publique est stable par rapport à 2008 : 81 jours de campagnes ont été engagées en 2009. Le budget dédié à ces campagnes était en forte hausse entre 2007 et 2008, passant de 4,2 millions d'euros à 8,3 millions d'euros. En 2009, 5,6 millions d'euros ont été investis par l'INPES, soit 32,5 % de moins qu'en 2008.

A ces données téléphoniques de la ligne Tabac info service, s'ajoutent les appels reçus par les lignes Drogues info service, Ecoute cannabis et Ecoute alcool, gérés par le GIP ADALIS<sup>11</sup>. En 2009, ces 3 lignes ont reçu 2 895 appels portant sur le tabac.

Outre les campagnes de communication, la hausse des appels vers les lignes de Tabac Info Service trouve également son origine dans la simplification du numéro d'appel, devenu le 39 89, qui permet de mieux le retenir. Une rupture nette s'est opérée entre mai et juin : alors que l'année 2009 commence sur les bases de 2008<sup>12</sup>, le nombre d'appels « explose » après la journée mondiale sans tabac du 31 mai 2009, date de mise en service de ce nouveau numéro.

Par ailleurs, pour compléter le dispositif, l'INPES a lancé en mai 2005 le site [www.tabac-info-service.fr](http://www.tabac-info-service.fr) qui propose notamment un coaching d'aide à l'arrêt du tabac. En 2008, le site avait reçu près de 750 000 visites et enregistré 15 000 inscriptions au coaching. En 2009, le site a reçu plus de

<sup>8</sup> Le nombre total de centres et de consultations de tabacologie en France est inconnu à ce jour.

<sup>9</sup> La question du délai d'attente est facultative ; il est calculé sur environ 40 % des dossiers enregistrés chaque mois.

<sup>10</sup> La ligne Tabac info service dispose de 2 niveaux de traitement des appels. Le premier adresse de la documentation, répond à des questions simples sur le tabac, et organise la prise de rendez vous avec les tabacologues, qui assurent le niveau 2. Ces derniers accompagnent les fumeurs sur plusieurs entretiens dans leur arrêt du tabac.

<sup>11</sup> ADALIS (Addictions drogues alcool info service)

<sup>12</sup> Voir le graphique des variations mensuelles dans le tableau de bord de décembre 2009.

650 000 visites, la mise en place du nouveau coaching personnalisé le 16 septembre 2009 a permis de recruter plus de 10 000 inscrits entre septembre et décembre 2009.

### Conclusion

L'année 2009 semble marquer le pas concernant le recul du tabagisme puisque les ventes de cigarettes sont reparties à la hausse. Cette évolution peut s'expliquer par la relative stabilité des prix en 2009, l'augmentation intervenue en novembre n'ayant pas encore eu le temps de produire ses effets. Les personnes ayant séjourné sur le territoire français peuvent avoir plus consommé de tabac et/ou avoir reporté une partie de leurs achats de cigarettes de l'étranger vers la France.

#### \* Le Tableau de bord mensuel du Tabac \*

Depuis avril 2004, l'Observatoire Français des Drogues et des Toxicomanies (OFDT) réunit chaque mois au sein d'un « tableau de bord tabac » plusieurs indicateurs clés. Cet outil permet de suivre l'évolution (d'une partie) du phénomène du tabagisme en France, en complément des enquêtes ou autres statistiques produites dans le domaine.

Destiné à l'origine aux pouvoirs publics, désireux d'évaluer l'impact de leurs mesures, ce récapitulatif permet aussi de mettre à la disposition de tous, institutionnels, associations ou grand public, des données jusque là plus confidentielles et ce, dans des délais rapides (dès la 3<sup>ème</sup> semaine du mois suivant).

Les chiffres de ce tableau de bord sont réunis grâce à : Altadis pour les livraisons de cigarettes aux débiteurs de France métropolitaine ; la Direction générale des douanes et droits indirects (DGDDI) pour les prix de vente au détail des cigarettes et du tabac à rouler de la classe la plus vendue (publiés au Journal officiel après homologation des douanes), pour leur taux d'imposition et pour les saisies de tabac (données annuelles) ; le Groupement pour l'élaboration et la réalisation de statistiques (Gers) pour les ventes de substituts nicotiques aux officines - hors hôpitaux - par les grossistes répartiteurs ; le Laboratoire de Santé Publique et Informatique Médicale (SPIM) de la Faculté de Médecine Broussais Hôtel-Dieu - Paris pour les informations issues de CDTnet, un dispositif d'informatisation d'une centaine de consultations de tabacologie, essentiellement hospitalières ; l'Institut national de prévention et d'éducation pour la santé (INPES) pour le nombre d'appels téléphoniques à la ligne spécialisée Tabac Info Service (TIS) et pour la couverture et le budget de leurs campagnes média (télévision, radio, affichage, presse, média interactifs).

Les chiffres du mois et le récapitulatif des données, souvent depuis 2000, sont accessibles sur Internet, [www.ofdt.fr](http://www.ofdt.fr). Trois graphiques permettent en outre de visualiser les variations mensuelles des ventes de cigarettes, des ventes de substituts nicotiques et du nombre d'appel à TIS et de les comparer aux variations mensuelles des années précédentes. Ces figures ne sont pas reproduites ici mais le lecteur pourra s'y reporter utilement.

#### NOTE EXPLICATIVE CONCERNANT LA CORRECTION DES VENTES DE TRAITEMENTS POUR L'ARRÊT DU TABAC DANS LE BILAN ANNUEL 2009

L'OFDT suit les ventes de traitements pour l'arrêt du tabac depuis 2004, à partir de la liste des différentes références de produits disponibles en pharmacies. Celle qui servait à calculer les ventes dans les derniers tableaux de bord tabac a été établie en février 2007 ; elle a été actualisée fin avril 2010. Le marché ayant été très dynamique ces dernières années, elle compte un grand nombre de nouveaux produits (surtout des substituts nicotiques), apparus après février 2007, qui ne figuraient pas dans la liste précédente.

Ainsi, au fil des mois, la sous-estimation du volume des ventes de ces traitements s'est accrue. Dans cette 2<sup>ème</sup> version du bilan annuel tabac 2009, la partie consacrée aux traitements a donc été réécrite pour corriger les chiffres et les évolutions.