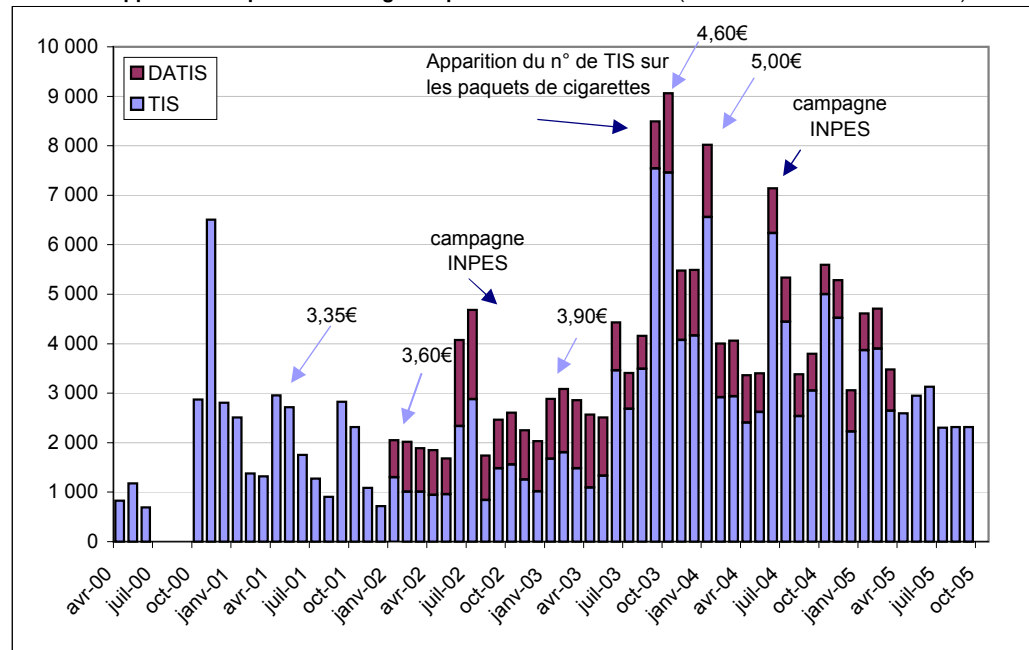


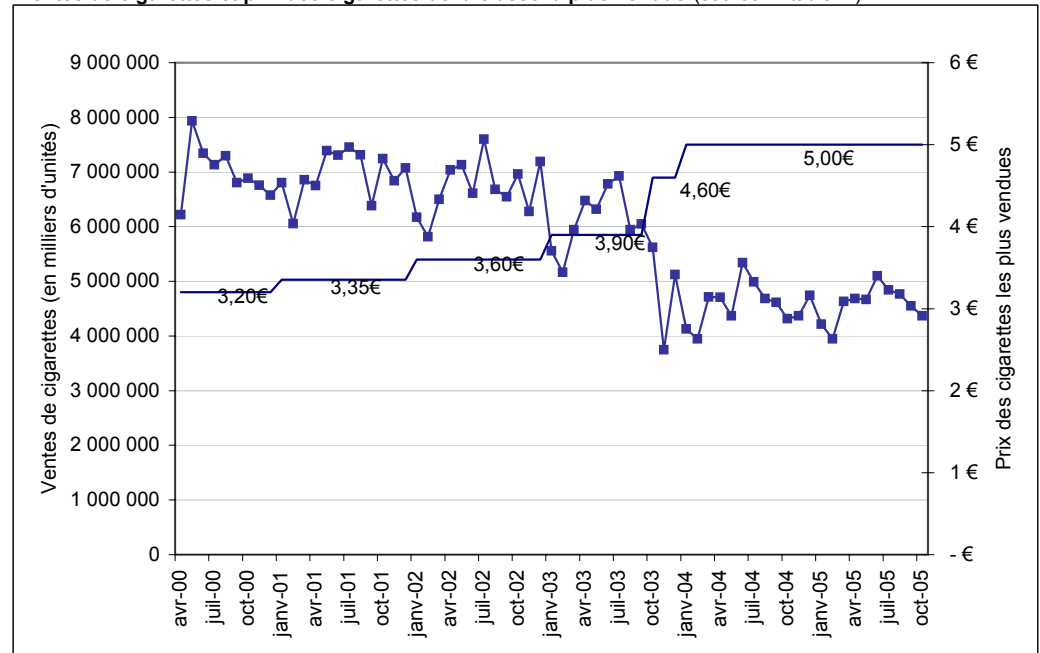
Les chiffres du mois :	Octobre 2005	Variation par rapport au mois précédent	Variation par rapport au mois de l'année précédente
Ventes de cigarettes (en milliers d'unités) ⁽¹⁾	4 367 229	-4,0% ↘	1,1% ↗
Prix de vente (en euros) ⁽²⁾	5,00 €	0,0% →	0,0% →
Taux d'imposition (en % du prix de vente) ⁽³⁾	80,39%	0,0% →	0,0% →
Ventes de tabac à rouler (en kg) ⁽¹⁾	553 547	-5,8% ↘	2,3% ↗
Prix de vente (en euros) ⁽²⁾	5,50 €	0,0% →	7,8% ↗
Nombre de saisies (2d semestre 2004) ⁽⁴⁾	4 386	-2,9% ↘	16,0% ↗
Quantités saisies (2d sem. 2004) (en kg) ⁽⁴⁾	66 928	-35,7% ↘	-47,4% ↘
Ventes de substituts nicotiques ⁽⁵⁾ (en équivalent « nb de fumeurs traités »*)	143 204	-20,0% ↘	-10,3% ↘
dont timbres transdermiques ⁽⁵⁾	74 462	-19,7% ↘	-20,1% ↘
dont formes orales ⁽⁵⁾	58 345	-22,9% ↘	8,2% ↗
dont Zyban® ⁽⁵⁾	10 125	0,1% ↗	-17,9% ↘
Nombre moyen de consultations par centre ⁽⁶⁾	83	6,4% ↗	14,7% ↗
Délai moyen d'attente au 1 ^{er} RDV (en jours) ⁽⁶⁾	15,5	15,7% ↗	10,4% ↗
% de nouveaux patients ⁽⁶⁾	35,8%	12,6% ↗	21,1% ↗
... adressés par un professionnel de santé ⁽⁶⁾	64,4%	6,8% ↗	39,3% ↗
... incités par une action de communication ⁽⁶⁾	0,0%	0,0% →	0,0% →
Nombre d'appels traités par Tabac info service ⁽⁷⁾	0	→	→
Nombre de jours de campagne publique ⁽⁹⁾	0	→	→
Nombre de médias différents concernés ⁽⁹⁾	0	→	→
Budget mensuel moyen (en euros) ⁽⁹⁾	0	→	→

L'origine des données est indiquée au verso

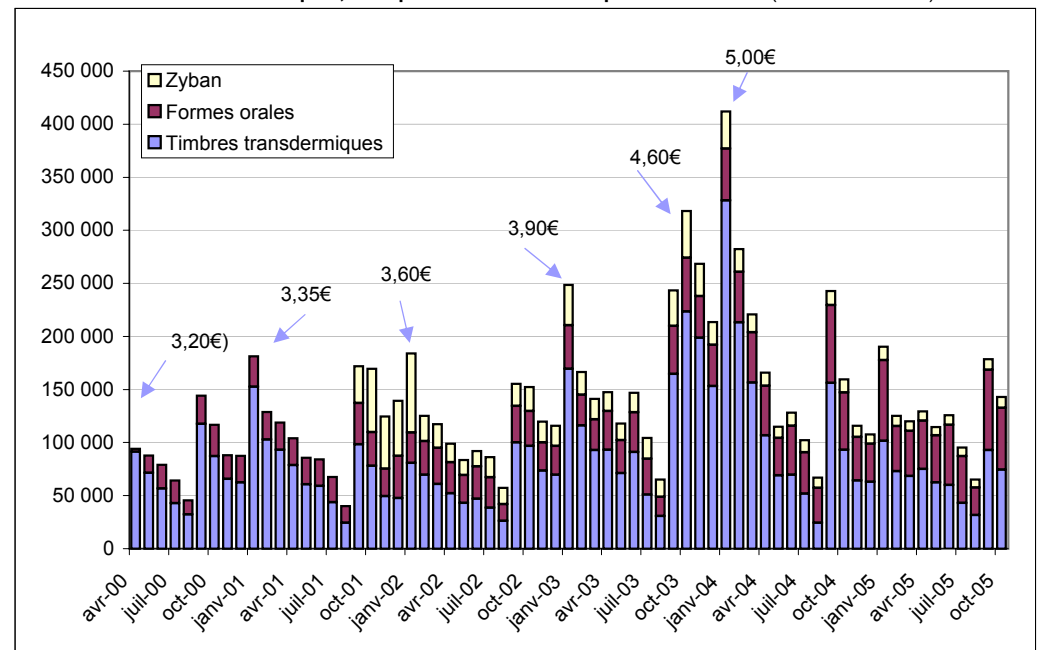
Nombre d'appels traités par les deux lignes spécialisées sur le tabac (sources: INPES ⁽⁷⁾ et DATIS ⁽⁸⁾)



Ventes de cigarettes et prix des cigarettes de la classe la plus vendue (source: Altadis ⁽¹⁾)



Ventes de substituts nicotiques, en équivalent "nombre de patients traités"*** (source: GERS ⁽⁵⁾)



* Pour ce calcul, on estime que la durée moyenne de traitement est d'un mois (compte tenu des échecs précoces), soit 60 comprimés de Zyban® ou 30 timbres transdermiques ou 300 formes orales (estimation OFT)

Présentation du tableau de bord :

Ce tableau de bord mensuel des indicateurs relatifs au tabac et au tabagisme en France a été réalisé par l'OFDT à la demande de la MILDT.

Son objectif est :

- de rassembler des chiffres récents
- de nature et d'origine diverses
- de les présenter de manière synthétique et concise
- de les rendre publiques dans des délais rapides

L'ensemble de ces éléments permet de favoriser l'accessibilité à des données essentielles, alors que la demande d'informations autour du tabac s'est récemment renforcée.

La version d'avril 2004 constitue la première édition du tableau de bord mensuel des indicateurs Tabac

Attention, chaque mois, les chiffres des mois précédents peuvent être légèrement modifiés (mises à jour tardives)

Les séries statistiques plus longues peuvent être consultées sur Internet, sur les sites <http://www.ofdt.fr> et <http://www.droques.gouv.fr>

Ce tableau est réalisé grâce aux données communiquées par les institutions et organismes suivants :

- Altadis
- DATIS : Drogues, alcool, tabac info service
- DGDDI : Direction générale des douanes et droits indirects
(bureau des contributions indirectes (bureau F3) et bureau de la lutte contre la fraude (bureau D3))
- GERS : Groupement pour l'élaboration et la réalisation de statistiques
- INPES : Institut national de prévention et d'éducation pour la santé
(services Téléphonie sociale et Actions de communication au sein de la Direction de la communication et des outils pédagogiques)
- MILDT : Mission interministérielle de lutte contre la drogue et la toxicomanie (service Presse au sein de la cellule communication)
- et les consultations de tabacologie du réseau RIACT (sur 485 centres recensés en France en 2005) :
Centre de prévention et d'éducation à Laon (02) ; Pôle de prévention des maladies cardio vasculaire du CH Marie-Curie à Soissons (02) ; Consultation de tabacologie du CH de Cannes (06) ; Unité de coordination de Tabacologie du CHU de Caen (14) ; Consultation de tabacologie du Comité départemental contre les maladies respiratoires à Dijon (21) ; Centre d'Aide à l'arrêt du tabac de la Polyclinique Saint-Laurent à Rennes (35) ; Centre d'alcoolologie et de tabacologie du GISME à Saint Martin d'Hères (38) ; Unité de coordination de tabacologie du CHU de Nantes (44) ; Consultation d'Aide au Sevrage Tabagique du CHG d'Agen (47) ; Unité de Coordination de Tabacologie Addictologie du CHG Duchenne à Boulogne sur Mer (62) ; Service d'aide au sevrage tabagique du CHR du Mans (72) ; Service de pneumologie de l'hôpital Saint Antoine à Paris (75) ; Consultation externes du centre Médical de Forcilles à Ferolles Attilly (77) ; Service des actions de santé du conseil général du Var à Toulon (83) ; Unité de Coordination en Tabacologie du d'hôpital Jean Verdier à Bondy (93)

Sources :

- (1) Altadis/DGDDI (livraisons de tabac par la filière distribution d'Altadis en France métropolitaine ; hors Corse)
- (2) Altadis/Journal Officiel (prix de vente au détail, homologué par la DGDDI, pour tous les débits de tabac de France continentale, pour les produits de la classe la plus vendue : actuellement : Malboro® en paquet de 20 cigarettes et Interval Blond 40 g pour le tabac à rouler, soit un équivalent 50 cigarettes - hyp. 1 cig = 0,8 g)
- (3) DGDDI (taux d'imposition - TVA + BAPSA + droits de consommation - des cigarettes de la classe de prix la plus vendue - données fournies par le CDIT)
- (4) DGDDI (saisies effectuées par les services des douanes en France ; données semestrielles; les variations sont données en référence au semestre précédent ou à celui de l'année passée)
- (5) GERS (ventes aux officines par les grossistes répartiteurs, les dépositaires et les laboratoires - la liste des produits est régulièrement mise à jour - dernière MAJ : avril 2005)
- (6) OFDT (recueil d'information sur l'activité d'une vingtaine de consultations de tabacologie (RIACT) - données d'avril extrapolées à l'ensemble du mois)
- (7) INPES (nombre d'appels téléphoniques à la ligne spécialisée Tabac Info Service - l'écart avec le nombre d'appels reçus est minime (erreurs, appels perdus...))
- (8) DATIS (nombre d'appels téléphoniques traitant du tabac sur la ligne Drogue Alcool Tabac Info Service)
- (9) INPES (campagnes média - télévision, radio, affichage, presse, média interactifs - traitant du tabac lancées par l'INPES)

