

- **Les images liées au tabac qui ont le plus souvent été vues sur les réseaux sociaux représentaient des fumeurs (69%) ou des cigarettes (63%),** les campagnes de prévention arrivant néanmoins en troisième position (48%).
- Si seulement 19% des Français dans leur ensemble déclarent que voir des images présentant du tabac peut leur donner envie de fumer, ce chiffre s'élève à 62% pour les fumeurs réguliers.
- Les Français qui ont été exposés à des images liées au tabac sur les réseaux sociaux les décrivent majoritairement comme « **banales** » (75%) et « **ridicules** » (76%) plutôt que « choquantes » ou « glamour ». En revanche, ils sont plus divisés lorsqu'on leur demande de trancher entre « **amusantes** » et « **inquiétantes** ».
- **Les Français se montrent tout aussi divisés sur la question de l'interdiction des images liées au tabac sur les réseaux sociaux.** Ainsi, 50% estiment qu'il faut interdire la publication de ces images sur ces sites afin de ne pas encourager les plus jeunes à fumer alors que 49% déclarent au contraire que selon eux il ne faut pas interdire cette pratique au nom de la liberté individuelle.
- Enfin, **il semblerait que les utilisateurs de réseaux sociaux soient peu prêts à agir contre le tabac sur ces supports** puisque moins d'un tiers d'entre eux déclarent qu'ils signeraient une pétition anti-tabac en ligne (31%), qu'ils promouvraient un message ou une image anti-tabac en le likant, en postant un commentaire positif ou en le transmettant à des amis (31%) et encore moins qu'ils signaleraient aux administrateurs une image mettant en valeur le tabac pour qu'elle soit retirée (24%). Et l'on sait qu'entre la déclaration d'intention et l'action un écart est souvent relevé.

Dans le détail :

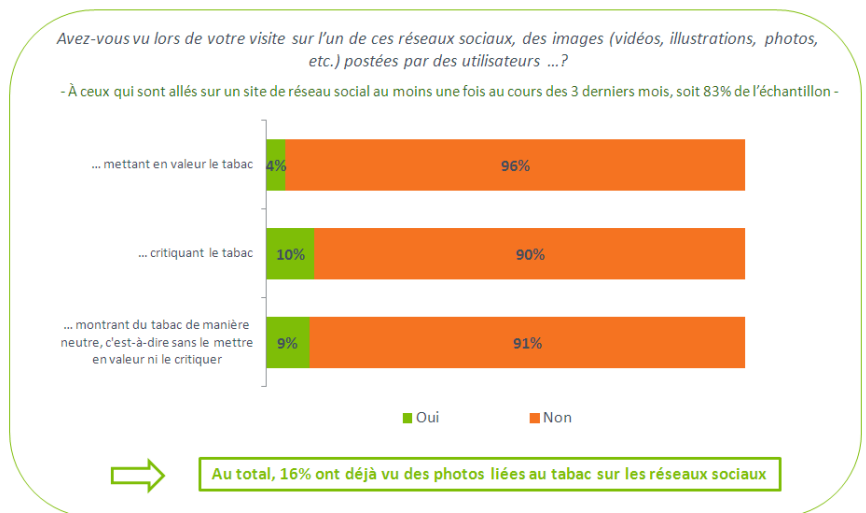
Peu de Français se souviennent avoir vu des images liées au tabac sur les réseaux sociaux à l'exception des plus jeunes, qui ont une utilisation plus régulière de ces sites

4% des Français qui ont été au moins une fois sur un site de réseau social au cours des 3 derniers mois déclarent y avoir vu des images mettant en valeur le tabac, contre 96% qui déclarent ne pas en avoir vu. 10% indiquent avoir vu des images critiquant le tabac (vs 90%) et 9% des images présentant du tabac de manière neutre (vs 91%). Au total, **16% des Français de 15 ans et plus qui utilisent les réseaux sociaux indiquent avoir vu récemment des images liées au tabac sur ces sites**. La promotion explicite du tabac apparaît néanmoins comme plus rare que sa critique.

On remarque que les 15-24 ans semblent plus exposés puisqu'ils sont 13% à déclarer avoir déjà vu des images mettant en valeur le tabac, 20% des images critiquant le tabac et 30% des images présentant le tabac de manière neutre (contre respectivement 2%, 8% et 4% des plus de 25 ans). **Au global, ce sont 43% des plus jeunes qui déclarent avoir vu des images liées au tabac sur les réseaux sociaux contre 10% des plus de 25 ans.**

Ces différences s'expliquent certainement en partie par une utilisation plus régulière des réseaux sociaux, mais elles peuvent également refléter un rapport différent au tabac et à la sociabilité durant l'adolescence et la vie de jeune adulte.

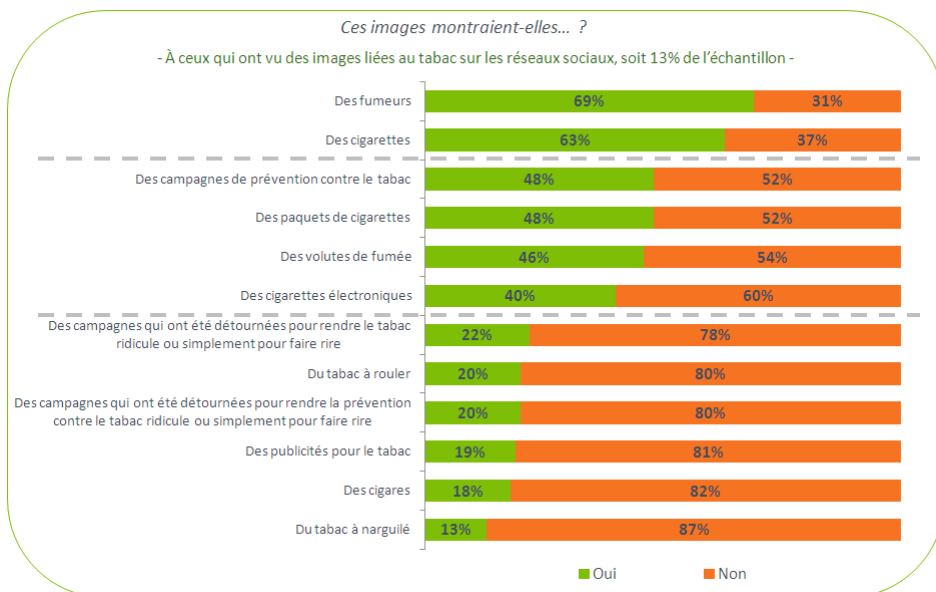
On constate également que **les fumeurs sont significativement plus nombreux à avoir remarqué des images liées au tabac sur les réseaux sociaux** : 8% déclarent avoir vu des images mettant en valeur le tabac, 14% des images le critiquant et 14% des images « neutres » contre respectivement 2%, 8% et 6% des non fumeurs. Au total, 24% indiquent avoir vu au moins un type d'image liée au tabac contre 13% des non fumeurs. On peut supposer que les fumeurs remarquent davantage ces images (qui peuvent leur donner envie de fumer comme on le verra plus loin) et sont exposés, à travers leur sociabilité, à davantage d'autres fumeurs.



Les Français qui ont vu des images liées au tabac évoquent principalement celles de fumeurs ou de cigarettes même si les campagnes de prévention arrivent en troisième position

Les images liées au tabac qui ont le plus souvent été vues sur les réseaux sociaux représentaient des fumeurs (69%) ou des cigarettes (63%), les campagnes de prévention arrivant néanmoins en troisième position puisqu'elles touchent près d'une personne sur deux (48%).

Viennent ensuite les paquets de cigarettes (48%), les volutes de fumée (46%) ainsi que les cigarettes électroniques (40%). Plus rarement, on trouve des campagnes détournées pour rendre le tabac ridicule ou simplement pour faire rire (22%), du tabac à rouler (20%), des campagnes détournées pour rendre la prévention contre le tabac ridicule ou simplement pour faire rire (20%), des publicités pour le tabac (19%), des cigares (18%) et du tabac à narguilé (13%).



simplement pour faire rire (22%), du tabac à rouler (20%), des campagnes détournées pour rendre la prévention contre le tabac ridicule ou simplement pour faire rire (20%), des publicités pour le tabac (19%), des cigares (18%) et du tabac à narguilé (13%).

Les jeunes de 15 à 24 ans indiquent plus souvent que la moyenne avoir vu des images de fumeurs (77%, +8 points par rapport à la moyenne), de

cigarettes (74%, +11 pts), de volutes de fumée (63%, +17 pts) et de tabac à rouler (30%, +10 pts). En revanche, ils citent un peu moins souvent les campagnes de prévention (41% -7 pts) et les cigarettes électroniques (30%, -10 pts).

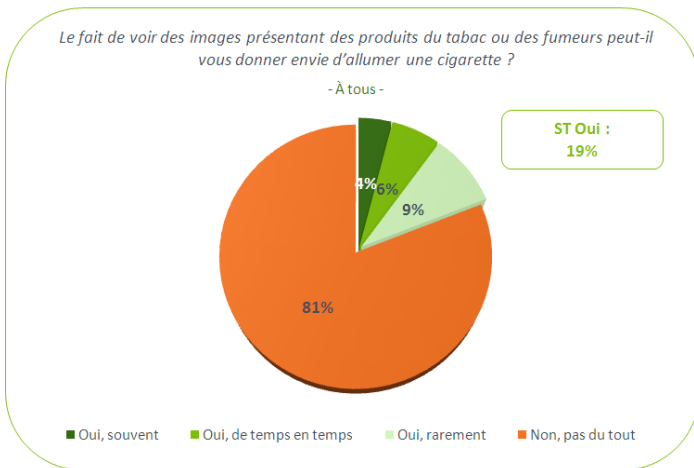
Enfin, on remarque que la seule différence significative observée entre hommes et femmes concerne les cigares, beaucoup plus cités par la gent masculine (25% vs 10% des femmes).

Seuls deux Français sur dix estiment que voir des images liées au tabac peut leur donner envie d'allumer une cigarette, ce qui est néanmoins le cas de la majorité des fumeurs réguliers

19% des Français déclarent que voir des images présentant du tabac peut leur donner envie de fumer, dont 4% « souvent », 6% « de temps en temps » et 9% « rarement ». Plus de huit Français sur dix estiment néanmoins

que cela ne les poussent pas à allumer une cigarette.

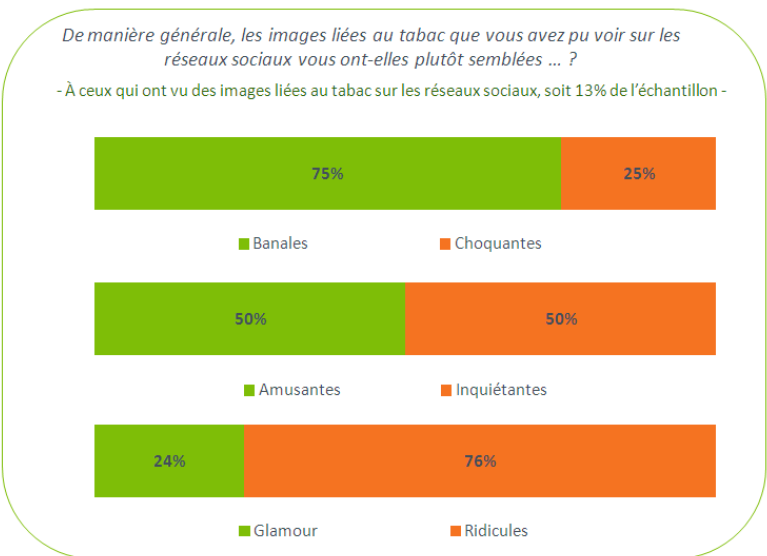
Les personnes qui semblent être les plus susceptibles de se laisser influencer par de telles images sont les fumeurs réguliers (62%) et dans une moindre mesure les fumeurs occasionnels (28%), les moins de 35 ans (25%) et les catégories populaires (24%).



Les trois-quarts des personnes qui déclarent avoir été exposées à des images liées au tabac sur les réseaux sociaux les jugent banales mais aussi ridicules

Les Français qui ont été exposés à des images liées au tabac sur les réseaux sociaux les décrivent majoritairement comme « banales » (75%) et « ridicules » (76%) plutôt que « choquantes » ou « glamour ». En revanche, ils sont plus divisés lorsqu'on leur demande de trancher entre « amusantes » et « inquiétantes », l'échantillon optant pour moitié pour le premier terme alors que la seconde moitié choisit l'autre.

Sur cette question, les jeunes se montrent plus positifs que la moyenne puisqu'ils jugent plus souvent ces images comme « banales » (86%, +11 pts), « amusantes » (57%, +7 pts) et « glamour » (27%, +3 pts).

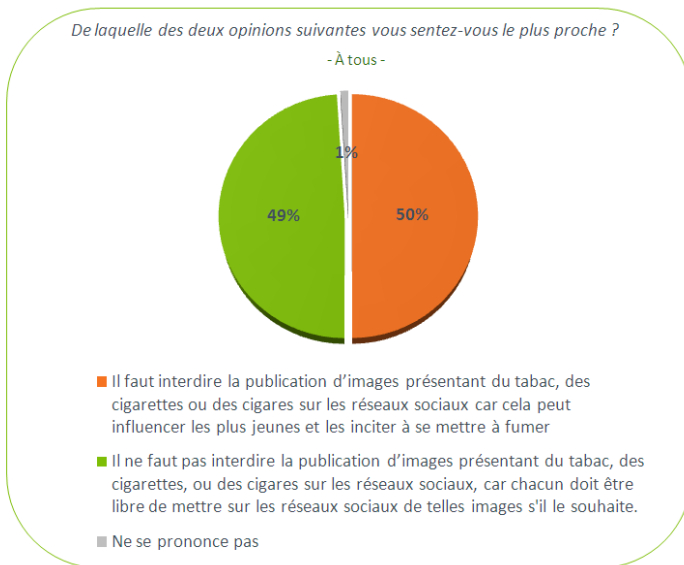


Les Français sont très divisés sur l'idée d'interdire la publication d'images liées au tabac sur les réseaux sociaux

Les Français se montrent véritablement divisés sur la question de l'interdiction des images liées au tabac sur les réseaux sociaux. Ainsi, 50% estiment qu'il faut interdire la publication de ces images sur ces sites afin de ne pas encourager les plus jeunes à fumer alors que 49% déclarent au contraire que selon eux il ne faut pas

interdire cette pratique au nom de la liberté individuelle.

Ce sont plutôt les femmes, les 50-64 ans, les parents, les sympathisants de Gauche et les non fumeurs qui défendent une interdiction alors que les hommes, les 15-24 ans, les personnes sans enfant, les fumeurs réguliers et occasionnels ainsi que les utilisateurs fréquents de réseaux sociaux se déclarent majoritairement contre une telle mesure.



Un peu moins d'un tiers des utilisateurs de réseaux sociaux serait prêt à agir contre le tabac sur ces supports

Il semblerait que les utilisateurs de réseaux sociaux soient aujourd'hui assez peu prêts à agir contre le tabac sur ces supports puisque moins d'un tiers d'entre eux indiquent qu'ils signeraient une pétition anti-tabac en ligne (31% dont 15% « certainement »), qu'ils promouvraient un message ou une image anti-tabac en le likant, en postant un commentaire positif ou en le transmettant à des amis (31% dont 12% « certainement ») et encore moins qu'ils signaleraient aux administrateurs une image mettant en valeur le tabac pour qu'elle soit retirée (24% dont 9%

