



Dossier de presse

**"Interdiction de vente de tabac aux mineurs :
la réglementation est-elle respectée en France?"**

Novembre 2011

Contact presse :

Anissa Hammadou - 01 55 78 85 15 – anissa.hammadou@cnct.fr

Comité National Contre le Tabagisme

68 boulevard Saint-Michel – 75006 Paris – www.cnct.fr

SOMMAIRE

Communiqué de presse	3
I. Pourquoi la France a-t-elle mis en place l'interdiction de vente de tabac aux mineurs ?	5
A. Contexte de consommation en France	5
B. Que dit la loi ?	5
C. Un sujet d'actualité	6
II. Une évaluation de la mesure pour en améliorer son application	7
A. Objectifs du projet	7
B. Evaluation de l'application de la loi	7
1. <i>Méthodologie de l'étude</i>	7
2. <i>Résultats de l'étude</i>	8
C. Evaluation de la perception de la loi par les jeunes et de leurs sources d'approvisionnement en produits du tabac	11
1. <i>Méthodologie de l'étude</i>	11
2. <i>Résultats de l'étude</i>	11
III. Recommandations du CNCT concernant la loi de vente de tabac aux mineurs	13
Annexes	14
Liens utiles	15
Fiche de présentation du CNCT	16
Présentation des partenaires	17

Communiqué de presse

Interdiction de vente de tabac aux mineurs : le CNCT interpelle l'Etat !

Dans un contexte de hausse de consommation de tabac chez les jeunes, on estime qu'entre 200 000 et 300 000 jeunes tombent chaque année dans le piège du tabagisme. Une législation existe pourtant en France depuis 2003 et interdit la vente de tabac aux mineurs. Le Comité National Contre le Tabagisme a souhaité évaluer l'effectivité et également étudier les différentes sources d'approvisionnement des jeunes en produits du tabac. Le constat est sans appel : la loi n'est pas suffisamment appliquée par les débiteurs de tabac et les jeunes peuvent s'approvisionner sans difficultés auprès d'eux.

Paris, le 29 novembre 2011 - La consommation de tabac en France est repartie à la hausse ces dernières années, plus particulièrement parmi les jeunes, qui sont **plus de 40 % à fumer quotidiennement, filles comme garçons.**

La grande majorité des fumeurs **commencent à fumer à l'adolescence et deviennent très rapidement dépendants.** Cette situation est d'autant plus préoccupante que **200 000 à 300 000 jeunes tombent chaque année dans le piège du tabagisme.** Il est donc primordial de protéger la jeunesse de l'initiation au tabagisme.

Face à ce constat alarmant, le Comité National Contre le Tabagisme a souhaité **évaluer le dispositif d'interdiction de vente de produits du tabac aux mineurs de moins de 18 ans**, cinq ans après sa précédente évaluation de la mesure d'interdiction de vente aux moins de 16 ans.

L'institut d'enquêtes LH2 a mené plusieurs enquêtes pour le CNCT afin d'évaluer l'effectivité de cette mesure mais également **connaître la perception des jeunes sur cette mesure et leurs pratiques pour se procurer du tabac.**

Une législation largement non respectée

L'observatoire CNCT/LH2 effectué dans 430 débits français¹ fait un état des lieux consternant des pratiques des buralistes.

Premier constat accablant : **près de la moitié des débiteurs ne respectent pas la loi en termes d'affichage de l'interdiction de vente.** En effet, **seuls 49 % des débiteurs ont apposé au sein de leurs débits une affichette conforme** à la réglementation et visible pour la clientèle.

Deuxième constat : face à la demande de tabac par un mineur, **dans une grande majorité des cas, les débiteurs n'ont fait aucune démarche particulière de vérification de l'âge** (seuls 8 % ont réclamé une pièce d'identité ; et 26 % ont demandé l'âge). Cette disposition essentielle, visant à faciliter l'application de la loi, est malheureusement encore très peu utilisée.

Or, on constate que parmi les débiteurs qui ont demandé d'emblée une pièce d'identité, la vente a été refusée. Ceci **montre l'efficacité**



¹ Observatoire « client mystère » réalisé du 16 au 28 mai 2011 pour le CNCT, auprès d'un échantillon de 430 débits de tabac représentatifs en termes d'activité annexe au point de vente, de région et de taille de commune. Les jeunes étaient âgés de 12 ou 17 ans et vêtus de manière à ne pas piéger le débitant à propos de l'âge. Un adulte était présent dans le débit afin de contrôler la signalétique sans être à proximité du jeune.

du dispositif dès lors qu'il est appliqué.

C'est ainsi que **62 % des débitants français étaient en infraction et ont vendu du tabac à des mineurs de 12 et 17 ans. A l'égard des enfants de 12 ans, près de 4 buralistes sur 10 ont accepté de leur vendre du tabac (38 %).**

Bien que le rôle des parents et éducateurs soit important dans l'éducation des jeunes, **ce sont aux débitants, et ce exclusivement, qu'incombe l'obligation de ne pas vendre de produits du tabac à un jeune de moins de 18 ans**, en application de la législation en vigueur en France.

« Si la question du tabac doit légitimement faire partie de l'éducation des enfants et concerne en premier les familles quand les enfants sont mineurs, celle de l'application de l'interdiction de vente des produits du tabac aux mineurs relève de la seule responsabilité des débitants de tabac. » rappelle le Professeur Henri Joyeux, Président de Familles de France.

Une législation méconnue des jeunes et jugée peu efficace

L'enquête² menée auprès de 600 jeunes confirme les données de l'observatoire. **6 jeunes sur 10 indiqué ne jamais rencontrer de difficulté pour se procurer du tabac chez les buralistes.** C'est même **la première source d'approvisionnement** citée par les mineurs (38 %), devant les amis qui donnent des cigarettes (29 %). L'achat de tabac dans la rue (1 %) est une pratique très marginale et cette proportion est encore moindre pour les achats sur Internet.

Par ailleurs, les jeunes jugent la loi peu efficace du fait des **contournements** possibles (55 %) et que **la loi n'est pas correctement appliquée par les buralistes.**

Enfin, 3 jeunes sur 4 affirment que ce sont aux débitants de faire appliquer la loi, et non aux parents ou à la police (30%).

Les recommandations du CNCT pour une meilleure effectivité de la mesure

Le CNCT souhaite aujourd'hui à nouveau **sensibiliser les décideurs publics** sur la nécessité de **veiller à l'application de l'interdiction de vente de produits du tabac aux mineurs de moins de 18 ans pour préserver les plus jeunes des méfaits du tabagisme.**

L'association demande ainsi que :

- Soit prévue une **formation plus rigoureuse** des débitants de tabac concernant leurs **obligations de respect des lois de santé** ;
- Soient appliquées des **sanctions dissuasives** envers les buralistes telles que la **suspension de la licence** en cas d'infraction et le retrait définitif en cas de récidive ;
- Soient organisés des **contrôles des débits** avec des **inspections régulières et rigoureuses**, à l'initiative des contrôleurs mais également à la suite d'infractions constatés par des particuliers ou des associations mandatées par les pouvoirs publics ;
- Les **autorités publiques, administratives et judiciaires** soient **plus impliquées dans l'application de cette législation.**

² Sondage réalisé par LH2 sur Internet du 12 au 19 septembre 2011, auprès d'un échantillon de 600 adolescents, représentatif de la population française âgée de 12 à 17 ans, selon la méthode des quotas.

I. Pourquoi la France a-t-elle mis en place l'interdiction de vente de tabac aux mineurs ?

A. Contexte de consommation en France



La consommation de tabac en France est repartie à la hausse ces dernières années. Chaque année **plus de 60 000 personnes décèdent de manière prématurée à cause du tabac** et la situation est d'autant plus préoccupante que les **niveaux de consommation des jeunes sont particulièrement élevés**. Parmi les 16-25 ans, **plus de 40 %** de ces jeunes, filles comme garçons, **fument quotidiennement**. On estime qu'entre **200 000 et 300 000 jeunes tombent chaque année dans le piège du tabagisme**.

Les jeunes sont une cible privilégiée pour les cigarettiers. La très grande majorité des fumeurs **commencent à fumer à l'adolescence et deviennent très rapidement dépendants**. La **prévention de l'initiation** au tabagisme représente donc une **priorité de santé publique**.

En octobre 2004, la France a **ratifié le traité de l'Organisation mondiale de la Santé (OMS)**, la Convention Cadre pour la Lutte Anti-Tabac (CCLAT) qui réunit l'ensemble des dispositions dont l'efficacité a été démontrée afin de réduire la consommation de tabac. En ratifiant ce traité, **la France s'est engagée à appliquer ces mesures**. Parmi ces dernières figure la question de l'interdiction de vente aux mineurs (Article 16).

B. Que dit la loi ?

La France a adopté en juillet 2003 la loi Recours qui **interdisait toute vente des produits du tabac aux mineurs de moins de 16 ans**. Cette législation était une première avancée en France dans la protection des mineurs à l'égard de l'accessibilité des produits du tabac.

Ce dispositif a été étendu en juillet 2009 par la loi Hôpital, Patients, Santé et Territoires (HPST) qui a **élargi l'interdiction de vente de tabac aux mineurs de moins de 18 ans**.

Ainsi la législation prévoit :

- D'obliger les débitants de tabac à **apposer une affichette** rappelant l'interdiction de vente et d'offre gratuite d'un produit ou ingrédient du tabac à un mineur ;
- D'autoriser le buraliste à **demandeur une pièce d'identité** en cas de doute sur l'âge de l'acheteur et de refuser la vente le cas échéant ;
- De **sanctionner le débitant** par **une contravention de 4^{ème} catégorie** dans le cas du non-respect de cette interdiction.

Tous les débitants de tabac sont donc tenus de respecter cette interdiction et refuser toute vente à un mineur de moins de 18 ans.

C. Un sujet d'actualité

En 2006, le Comité National Contre le Tabagisme avait effectué une première évaluation de la mesure avec le soutien financier du Ministère de la Santé. Cette évaluation avait révélé **que trois débitants sur 4 vendaient des produits du tabac à des mineurs de moins de 16 ans.**

En 2011, dans le cadre du deuxième Plan Cancer, le CNCT a réalisé une nouvelle évaluation du dispositif d'interdiction de vente à l'ensemble des mineurs avec le soutien financier de l'Institut National du Cancer (INCa) et de l'Institut National de la Prévention et d'Éducation à la Santé.

Toutefois, il est important de noter que pendant la réalisation de cette enquête, en mai 2011, ont eu lieu plusieurs événements susceptibles d'interférer légèrement sur les résultats.



Un éminent représentant de la Confédération des buralistes : le **Président de la Confédération d'Ile-de-France**, ancien Vice-président de la Confédération Nationale, Mr. Bohélay, a en effet été **condamné par le Tribunal pour vente à des mineurs de 15, 14, 13 et 11 ans** et ce pendant une année. A aucun moment le contrôle de l'âge de ces enfants n'avait été effectué. Cette affaire a été médiatisée.

De même, une mère d'une jeune fille qui avait commencé à fumer à l'âge de 15 ans, il y a trois ans, a décidé de **porter plainte contre le débitant de tabac qui a continué à vendre illégalement du tabac à sa fille** pendant toutes ces années. Ceci en dépit des multiples demandes effectuées par cette mère auprès du buraliste pour qu'il cesse de vendre du tabac à sa fille. Ceci en dépit également de ses démarches effectuées auprès de la **Direction des Douanes qui exerce la tutelle sur les débitants de tabac**, préposés de cette administration. Cette affaire a également été fortement médiatisée.

De plus, la Confédération des Buralistes a lancé **une campagne auprès de ses membres en diffusant une affichette** sur cette problématique de l'interdiction de vente de tabac aux mineurs **en transférant cependant l'essentiel de l'application aux parents et enseignants.**



II. Une évaluation de la mesure pour en améliorer son application

A. Objectifs du projet

Les objectifs de cette évaluation de la législation actuelle ont été triples :

- Evaluer l'**effectivité de cette mesure** : dans quelle mesure l'interdiction de vente aux mineurs est-elle respectée et si non, quelle est la nature et l'ampleur des infractions ?
- Définir la **perception de la mesure par les différents acteurs**, en particulièrement par les **jeunes** ;
- D'**identifier les modalités d'accès** des jeunes aux produits du tabac.

B. Evaluation de l'application de la loi

1. Méthodologie de l'étude

Pour mesurer l'application de la loi d'interdiction de vente dans des conditions réelles, un **observatoire non repérable (client mystère) des pratiques des débiteurs de tabac** a été mis en place par l'institut d'enquêtes LH2.

La méthode des visites mystères permet d'obtenir **une information objective et non biaisée**. Le buraliste ignorait qu'une enquête était en cours et que son comportement était observé. Ainsi **son comportement était naturel et reflétait la réalité de ses pratiques habituelles de vente**.

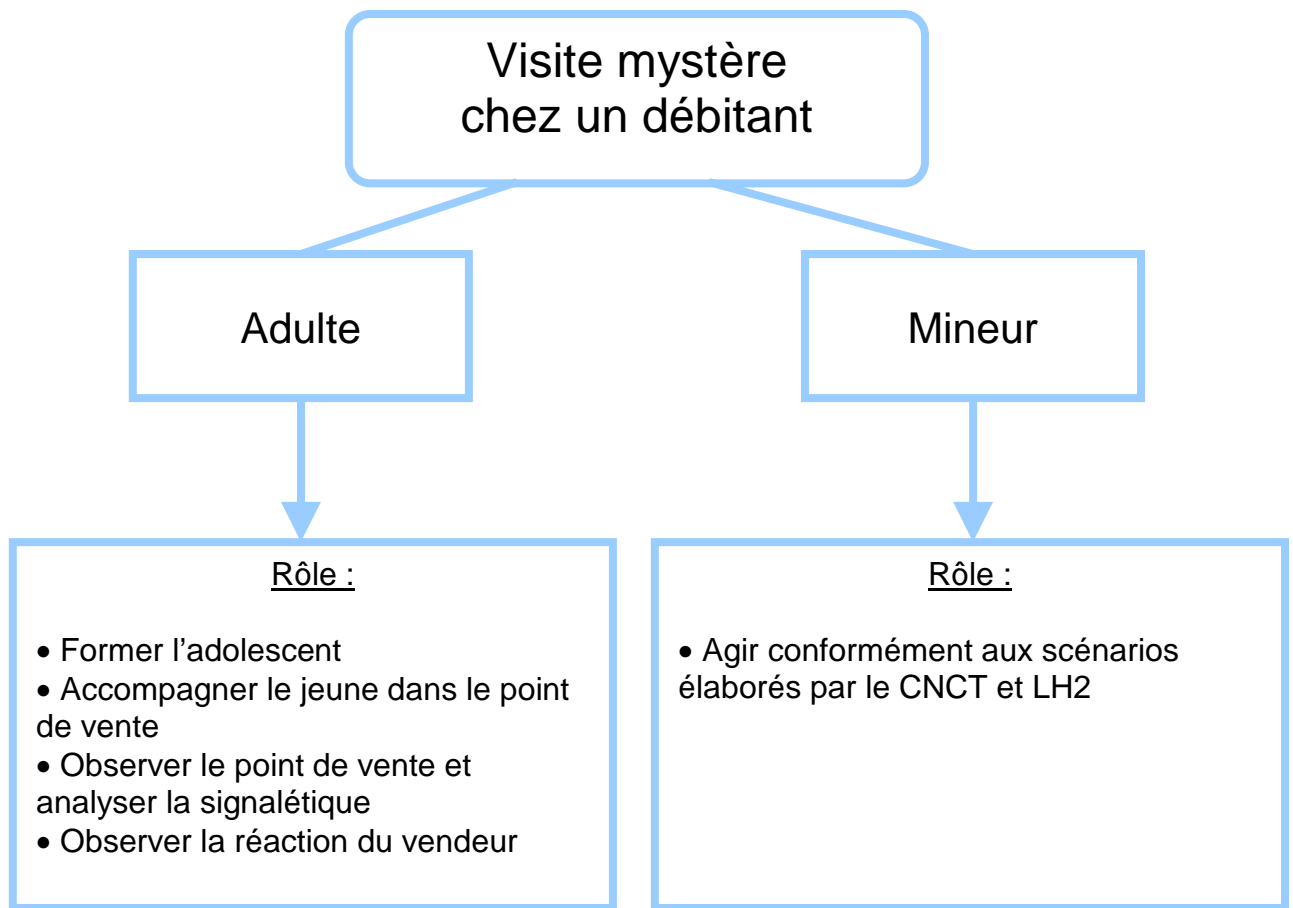
Contrairement aux études fondées sur les déclarations d'un échantillon de personnes, il s'agit ainsi d'une méthode d'enquête par observation directe sans interrogation utilisée dans divers domaines tels que le contrôle de la qualité d'un restaurant ou d'entreprise.

L'observatoire a été mené du 16 au 28 mai 2011 auprès **d'un échantillon de 430 débits** afin de pouvoir disposer de résultats représentatifs de la situation observée dans les débits de tabac français. Cette **représentativité a été obtenue** selon la méthode des quotas :

- Le **type d'établissement** : tabac-presses, bar (ou restaurant/brasserie)-tabac, bar (ou restaurant/brasserie)-tabac-presses et tabac uniquement (ou civettes) ;
- La **catégorie de commune** ;
- La **région**.

Chaque visite mystère était effectuée par 2 personnes :

- Un **mineur**, de 12 ou de 17 ans, à égale proportion entre filles et garçons pour ces deux catégories d'âge. Le choix de ces deux âges visait à évaluer :
 - l'importance des infractions à l'égard des enfants,
 - le respect de la législation à l'égard des adolescents à la veille de leur majorité, la législation s'étendant jusqu'à 17 ans inclus ;
- Un **adulte**, enquêteur de LH2.



Afin de favoriser le bon déroulement des observations, diverses précautions ont été prises.

- Il était demandé aux adolescents de ne pas aller dans les points de vente qu'ils avaient l'habitude de fréquenter pour s'assurer que les situations observées ne dépendaient pas d'habitudes prises par les vendeurs à l'égard des jeunes acheteurs (fait de savoir qu'il ne fume pas, fait de connaître ses parents, fait de savoir que le jeune a l'autorisation verbale de ses parents, etc.).
- En outre, pour que le vendeur ne soit pas induit en erreur à propos de l'âge de l'adolescent en raison de son apparence, il fallait que les adolescents portent des vêtements standards (tenue similaire à celle portée par les adolescents de leur âge). Il a aussi été demandé aux filles de ne pas se maquiller afin de ne pas biaiser le jugement des vendeurs quant à leur âge (risque de paraître plus âgées).

2. Résultats de l'étude

Evaluer l'application de la loi d'interdiction de vente de tabac aux mineurs de moins de 18 ans suppose **de s'interroger sur deux grands points** :

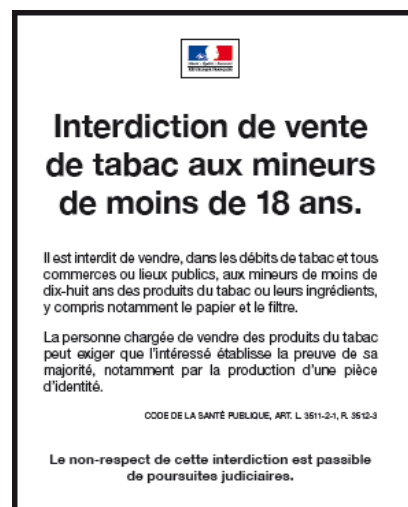
- La présence ou non de l'affichette d'interdiction de vente de tabac aux moins de 18 ans ainsi que sa visibilité ;
- La réaction des vendeurs face à la demande d'achat de tabac par un jeune de moins de 18 ans.

2.1. L'affichette d'interdiction de vente de tabac de produits du tabac aux mineurs est-elle conforme et visible dans les débits de tabac ?

Le décret du 25 mai 2010 relatif à l'interdiction de vente de produits du tabac aux mineurs de moins de 18 ans rappelant les dispositions de l'article L.3511-2-1 du Code de la Santé Publique prévoit **l'obligation d'apposer à la vue du public, dans les lieux où ces produits sont vendus, une affichette.**

Le modèle de cette affichette, prévue par l'article D. 3511-15 du Code de la Santé Publique, est déterminé par l'arrêté du 28 mai 2010 et **doit respecter des dispositions graphiques très claires.**

Au vu de ce décret et pour évaluer le degré d'application de cette loi, les enquêteurs adultes de LH2 ont vérifié si cette affiche était **présente dans les débits visités, conforme et visible comme prévue par la législation.**



Concernant la **présence de l'affichette** obligatoire relative à l'interdiction de vente de tabac aux mineurs, il apparaît que **68 % des débits l'ont apposée. Plus d'un tiers des débitants de tabac ne respecte donc pas l'obligation d'affichage.**

On constate que des différences significatives apparaissent selon les régions en ce qui concerne ce critère. **L'absence de cette affichette** est plus fréquente **dans les communes de plus de 100 000 habitants, et particulièrement en Ile-de-France.** A l'inverse, les débits des villages et de province sont plus respectueux de cette disposition, respectivement 76 % et 72 %.

S'agissant de la **conformité**, sur la base des débits possédant l'affichette (soit 291 débits), **94 % possédaient une affichette conforme.** Les affichettes non conformes concernaient la forme (affichette déchirée, etc.) comme le contenu de l'affichette (affichette « Interdit aux moins de 16 ans »).

Dans **77 % des cas**, comme le requiert la loi, elles étaient **facilement visibles.**

Sur l'ensemble des conditions (présence de l'affichette, conformité de l'affichette, visibilité), il s'avère qu'**à peine 1 buraliste sur 2 respecte l'apposition de l'affichette conforme**, de manière visible pour la clientèle (49 %).

2.2. Comment réagissent les débitants de tabac face à la demande de tabac par un jeune de moins de 18 ans ?

Pour rappel, la loi d'interdiction de vente de tabac aux mineurs de moins de 18 ans prévoit que « *la personne chargée de vendre des produits du tabac peut exiger que les intéressés établissent la preuve de leur majorité, par la production d'une pièce d'identité ou de tout autre document officiel muni d'une photographie* ».

Le contrôle de l'âge

Face à la demande de tabac par un mineur, **plus de 90 % des débitants n'ont demandé aucune pièce d'identité au mineur alors même que la loi les y autorise**³. Cette disposition, visant à faciliter l'application de la loi, est malheureusement encore très peu utilisée.

D'une manière générale, alors même que la moitié des enquêteurs étaient des enfants de 12 ans, **la question de l'âge n'a été abordée que par 1 buraliste sur 4.**

Sur les 35 débitants qui ont demandé une pièce d'identité (8,2 % des buralistes), il s'avère que **tous ont, d'emblée, refusé de vendre des paquets de cigarettes aux mineurs.**

Ainsi **si le débitant requiert systématiquement une pièce d'identité et qu'elle lui est présentée, il apparaît que la vente est refusée auprès du mineur.** Ceci montre l'efficacité du dispositif dès lors qu'il est appliqué.

Sur l'ensemble des débits visités, **une nette majorité (70 %) n'a fait aucune démarche particulière de vérification de l'âge.**

Pourtant, la présentation d'une pièce d'identité est requise dans de nombreuses circonstances de la vie quotidienne (transports, cinéma, etc.) et ces demandes ne posent aucune difficulté particulière.

La vente d'un paquet de cigarettes à l'adolescent et les réactions des débitants

Au total, **62 % des buralistes visités ont accepté de vendre un paquet de cigarettes à un jeune de moins de 18 ans**, alors que la vente de tabac est interdite aux mineurs depuis 2009.

Près de 4 buralistes sur 10 vendent du tabac à un jeune de 12 ans (38 %), tandis que 8 sur 10 en vendent à un jeune de 17 ans (85 %).

Trois ans auparavant, au moment où l'interdiction ne concernait que les moins de 16 ans, le taux de buralistes ne respectant pas la loi en vigueur était de 74 % (résultat issu de visites mystères réalisées en 2006 par LH2 à la demande du CNCT).

En dépit d'une légère amélioration, **les violations à la loi restent la norme.**

³ Les documents officiels permettant à l'acheteur d'établir sa majorité au titre de l'article R. 3512-3 du code de la santé publique, sous réserve qu'ils soient munis d'une photographie, sont les suivants :

- carte nationale d'identité ;
- passeport ;
- carte du lycéen ;
- carte d'étudiant ;
- permis de conduire ;
- titre de séjour ;
- carte d'identité ou de circulation délivrée par les autorités militaires ;
- carte de réduction délivrée par une entreprise de transport public ;
- carte professionnelle délivrée par une autorité publique ;
- carte d'invalidité civile ou militaire ;
- permis de chasser.

C. Evaluation de la perception de la loi par les jeunes et leurs modalités d'accès aux produits du tabac

1. Méthodologie de l'étude

Parallèlement à l'observatoire, le CNCT a évalué la perception des jeunes à l'égard de la loi d'interdiction de vente aux mineurs et leurs pratiques pour se procurer en produits du tabac. Dans cette perspective, une enquête a été réalisée **sur Internet** auprès **d'un échantillon de 600 adolescents**, représentatifs de la population française **âgée de 12 à 17 ans** (selon la méthode des quotas : sexe, âge, profession du chef de famille, région d'habitation).

Cette étude a été confiée à l'institut d'enquêtes LH2 et a été réalisée **du 12 au 19 septembre 2011**.

Des jeunes fumeurs et non fumeurs ont composé l'échantillon des 600 répondants. L'intégration des non fumeurs dans l'échantillon interrogé était importante en termes de représentativité des jeunes français (entre 12 et 17 ans, il y a plus de non fumeurs que de fumeurs dans la population mère). Par ailleurs, l'information recueillie auprès des jeunes non fumeurs nécessite d'être prise en compte car l'objectif de la loi d'interdiction de vente aux mineurs est, entre autres, de rendre plus difficile l'achat du tabac pour les non fumeurs qui souhaiteraient s'initier.

2. Résultats de l'étude

Statut tabagique des jeunes interrogés

Parmi les 600 répondants, **26 % des jeunes de 12 à 17 ans** interrogés **ont déjà fumé** dans leur vie et **11 % déclarent fumer régulièrement ou occasionnellement**.

On constate que le tabac demeure encore aujourd'hui aux yeux de ces jeunes, une **véritable norme sociale**, ainsi 69 % de ces jeunes, qui ont déjà fumé dans leur vie, **se sont vu offrir leur première cigarette par un ami**.

La période du collège semble être la plus propice à la « découverte du tabac » puisque **58 % des jeunes** qui ont déjà fumé dans leur vie ont déclaré **avoir fumé leur première cigarette lorsqu'ils avaient entre 11 et 14 ans** (à 13,7 ans en moyenne).

Une législation encore trop méconnue

Bien que la majorité des répondants (90 %) connaissent l'interdiction de vente de tabac aux mineurs de moins de 16 ans, **une proportion encore non négligeable de jeunes semble ignorer que l'interdiction a été élargie aux mineurs de moins de 18 ans**. Ainsi, 34 % des jeunes interrogés pensent qu'en France, les jeunes de moins de 18 ans ont le droit d'acheter des cigarettes. Cette désinformation résulte de la **mauvaise application de la loi par les débitants**.

Les produits du tabac demeurent d'un accès aisé

L'enquête auprès des jeunes confirme les données de l'observatoire clients mystères réalisé sur le terrain puisque **60 % des jeunes déclarent n'avoir rencontré aucun problème pour acheter du tabac dans les bureaux de tabac**.



En dépit de l'interdiction de vente aux mineurs, **le buraliste constitue la première source d'approvisionnement** en produits du tabac pour les mineurs (**38 %**), devant les amis qui donnent des cigarettes (29 %) ou les copains plus âgés qui en achètent (23 %).

En revanche, les modes d'approvisionnement dans la rue, ou par internet sont marginaux avec moins de 1 % d'entre eux indiquant obtenir des produits du tabac par ce biais.

6 fumeurs sur 10 n'hésitent pas à acheter eux-mêmes leurs propres paquets de cigarettes auprès des débitants de tabac.

D'après les répondants, il arrive que les adolescents qui se rendent eux-mêmes dans les bureaux de tabac essuient des refus. **Ce refus de vente est néanmoins loin d'être systématique : seulement 16 % des cas pour les fumeurs.**

Une législation qui ne constitue pas une solution miracle aux yeux des jeunes mais à laquelle ils ne s'opposent pas

Seulement 4 % des fumeurs se déclarent contre cette mesure, mais ils sont sceptiques quant à son efficacité (55 %), notamment du fait de son manque d'application (30 %).

Cette législation est pourtant susceptible d'avoir un impact sur les jeunes **puisque 37 % des répondants estiment qu'elle peut inciter les jeunes à arrêter de fumer ou ne jamais commencer.** Avec une très forte effectivité, cet impact pourrait être renforcé.



A cet égard, les jeunes indiquent clairement que **les responsables de l'application de la mesure sont les vendeurs de tabac, à savoir les débitants de tabac.**

Cette responsabilité est mentionnée par **trois jeunes sur quatre**, loin devant les parents (44 %) ou encore la police (24 %) qui incarne pourtant l'autorité et le respect de la loi.

3 jeunes sur 4 considèrent que ce sont les vendeurs de tabac eux-mêmes qui doivent appliquer l'interdiction de vente de tabac aux mineurs.

III. Recommandations du CNCT concernant la loi de vente de tabac aux mineurs

Face au constat alarmant de l'étude menée par l'institut d'enquêtes LH2 pour le Comité National Contre le Tabagisme, l'association souhaite **alerter les pouvoirs publics sur le non-respect de la législation en vigueur en France en matière d'interdiction de vente de produits du tabac à des mineurs.**

Les **parents et enseignants** ont un rôle à jouer auprès des jeunes. Cette responsabilité est principalement d'ordre éducatif. Il est ainsi recommandé que les parents fumeurs ne sollicitent pas leurs enfants pour l'achat de tabac leur étant destiné.

Toutefois, s'agissant de l'application de la législation d'interdiction de vente des produits du tabac aux mineurs, **la vente est réalisée par les seuls débiteurs de tabac**, c'est donc à eux exclusivement qu'incombe **l'obligation de ne pas vendre à un jeune de moins de 18 ans.**

« Si la question du tabac doit légitimement faire partie de l'éducation des enfants et concerne en premier les familles quand les enfants sont mineurs, celle de l'application de l'interdiction de vente des produits du tabac aux mineurs relève de la seule responsabilité des débiteurs de tabac. » rappelle le Professeur Henri Joyeux, Président de Familles de France.

« L'Union Nationale des Associations Familiales (UNAF) a accueilli cette législation favorablement car il s'agit d'une mesure indispensable et à forte valeur symbolique. Elle ne peut pas régler le problème du tabagisme des jeunes mais s'agissant de l'interdiction de la vente des produits du tabac aux mineurs, les parents ne sont pas des commerçants, c'est donc celui qui vend le produit qui doit être responsable de son acte. Il est temps que les buralistes cessent de chercher des boucs émissaires, alors même qu'ils revendiquent être "responsables et proches des gens". » souligne Nicolas BRUN, Coordonnateur du pôle Protection Sociale Santé de l'UNAF.

Ainsi, le CNCT souhaite que :

- soit prévue une **formation plus rigoureuse des débiteurs de tabac** concernant **leurs obligations** de respect des lois de santé publique ;

- les **autorités publiques, administratives et judiciaires soient plus impliquées** dans l'application de cette législation ;

- soient organisés des **contrôles des débits** avec des **inspections régulières et rigoureuses**, à l'initiative des contrôleurs mais également à la suite d'infractions constatées par des particuliers ou des associations mandatées ;

- soient appliquées des **sanctions dissuasives** envers les buralistes telles que la **suspension de la licence** en cas d'infraction et le **retrait définitif.**

Annexes

LIENS UTILES	15
FICHE DE PRESENTATION DU CNCT	16
PRESENTATION DES PARTENAIRES	17



LIENS UTILES

- Site du **Comité National Contre le Tabagisme (CNCT)**
<http://www.cnct.fr>



- Lien vers la **Convention Cadre de Lutte Anti-Tabac (CCLAT)**
<http://whqlibdoc.who.int/publications/2003/9242591017.pdf>



- Site de l'**Organisation mondiale de la Santé (OMS)**
<http://www.who.int/fr>



- Site de la **Framework Convention Alliance (FCA)**
<http://www.fctc.org>



FICHE DE PRESENTATION DU CNCT

Le CNCT est la première association qui s'engage et agit pour la prévention et la protection des personnes face aux méfaits du tabac et aux pratiques de son industrie.

Fondé en 1868, le CNCT est une association loi 1901 **reconnue d'utilité publique** depuis 1977. Il s'agit de la plus ancienne structure de lutte contre le tabagisme en France. Ses ressources sont assurées par des partenariats institutionnels et économiques ainsi que des dons.

Le CNCT est **présidé par le Pr. Yves Martinet** - Professeur de Pneumologie au CHU de Nancy et également Président de l'Alliance contre le Tabac.

La richesse de son **Conseil d'Administration** - 22 administrateurs - est en particulier de réunir des **experts** du contrôle du tabac dans ses nombreux domaines d'application (sciences, droit, sociologie, communication, marketing, etc.), reconnus au niveau national et international.

Notre vision

L'objectif du CNCT est de protéger les générations présentes et futures des maladies provoquées par la consommation et l'exposition à la fumée de tabac.

Notre vision est **un monde libéré des méfaits causés par le tabac et des drames humains qu'il entraîne.**

Nos missions

Les missions du CNCT s'articulent principalement autour de deux axes :

- **faire avancer et respecter les législations et réglementations en matière de prévention du tabagisme** : en informant et sensibilisant le grand public, les journalistes, les responsables politiques et autres décideurs des méfaits causés par le tabac et les agissements de son industrie, grâce à des actions de plaidoyer ;
- **mener des actions de prévention** : en informant et sensibilisant le grand public des méfaits causés par le tabagisme actif et passif.

Elles sont menées en collaboration avec de nombreux acteurs nationaux et internationaux du contrôle du tabac et en étroite relation avec le Ministère de la Santé et l'Institut National du Cancer.

Elles s'étendent également à la formation des cadres français et étrangers de la santé de l'École des Hautes Études en Santé Publique.

Nos valeurs

Un **engagement** en faveur de la **protection des personnes à l'égard du tabac** et un positionnement **en aucun cas contre les fumeurs**, qui sont et demeurent les premières victimes du tabagisme.

Des actions **innovantes** et **avant-gardistes**, tout en respectant leur fondement sur des **faits scientifiquement validés**.

Nos actions

En France, le tabagisme reste la première cause de mortalité prématurée et évitable. Pour lutter contre ce fléau, le CNCT mène, depuis de nombreuses années, des actions de prévention afin de sensibiliser sur ces dangers et des actions de plaidoyer pour faire adopter et respecter des mesures de protection efficaces.

Cette **expérience** et son **expertise** en font un acteur incontournable dans ce domaine.

Ainsi, le CNCT a joué un rôle moteur dans la mise en œuvre de la 1^{ère} ligne téléphonique d'écoute et d'aide à l'arrêt pour les fumeurs, l'apposition d'avertissements sanitaires sur les produits du tabac ou encore la préparation et la mise en place de l'interdiction de fumer dans les lieux publics.

Il joue encore aujourd'hui un rôle d'initiateur sur de nombreuses mesures, telle que la hausse de la fiscalité comme outil de prévention et d'incitation à l'arrêt ainsi que sur l'instauration de paquets standardisés. Pour en savoir plus sur nos actions : www.cnct.fr.

PRESENTATION DES PARTENAIRES



L'Institut National du Cancer (INCa)

L'Institut National du Cancer a été créé par la loi de santé publique du 9 août 2004, dans le cadre du Plan cancer 2003-2007, pour coordonner les actions de lutte contre le cancer.

Placé sous la tutelle des ministères chargés de la santé et de la recherche, il fédère l'ensemble des acteurs de la lutte contre le cancer en France autour d'une double ambition : contribuer à diminuer la mortalité par cancer en France et améliorer la qualité de vie des personnes atteintes d'un cancer.

L'INCa est chargé du suivi du Plan cancer 2009-2013 et de la mise en œuvre de plus de la moitié des actions.

L'INCa intervient sur le développement et la synthèse d'expertises relatives aux relations entre tabac et cancer, l'évaluation et le financement de projets sur des sujets de santé publique, dont le tabac. Il participe également à des actions de lutte contre le tabac au niveau européen ou international.

www.e-cancer.fr



LH2

LH2 est le 6^{ème} institut d'enquêtes généraliste de France, créé en 2005 par le journaliste américain Louis Harris. Avec son siège social à Paris, LH2 bénéficie d'une importante présence à l'international, au travers du réseau IRIS, pour la réalisation d'enquêtes internationales, qualitatives et quantitatives. L'institut dispose d'une équipe de programmation et de traitement intégrée.

Des études de satisfaction à l'évaluation de la notoriété d'une entreprise, l'étendue de l'offre de services de LH2 souligne son expertise dans différents secteurs tels que le secteur public et institutionnel.

www.lh2.fr



Union Nationale des Associations Familiales (UNAF)

Créée en 1945, l'Union Nationale des Associations Familiales est une association de loi de 1901 dont la mission est triple : elle représente l'ensemble des familles auprès des pouvoirs publics, défend les intérêts familiaux et gère les services d'intérêt familial. Dans ce cadre, l'UNAF exerce, notamment auprès de toutes les juridictions, l'action civile relative aux faits de nature à nuire aux intérêts moraux et matériels de l'ensemble des familles.

L'Union Nationale des Associations Familiales, ce sont 7 500 associations auxquelles adhèrent près de 750 000 familles. L'UNAF offre ses services, au travers de 100 Unions départementales d'associations familiales, 22 unions régionales, 25 000 représentants

www.unaf.fr