

ENQUÊTE TABAC 2022

**Un rapport pour la Fondation contre le
Cancer**

Decembre 2022



Fondation contre le cancer

GAME CHANGERS



TABLE DES MATIÈRES

1. CONTEXTE ET DESCRIPTION DE L'ÉCHANTILLON
2. COMPORTEMENT DE FUMEUR
3. CESSER DE FUMER
4. COMPORTEMENT DE VAPOTEUR
5. CESSER DE VAPOTER
6. ESPACES NON-FUMEURS
7. PUBLICITÉS POUR LES PRODUITS DE NICOTINE
8. CONNAISSANCE DES DÉCHETS DE CIGARETTES (ÉLECTRONIQUES)
9. CONCLUSIONS

CONTEXTE ET DESCRIPTION DE L'ÉCHANTILLON

1



Fondation contre le cancer

CONTEXTE

- La Fondation contre le Cancer est une fondation belge dont la mission est de lutter contre le cancer.
- Cette étude a été conçue pour recueillir des informations quantitatives détaillées sur :
 - la **prévalence du tabagisme et du vapotage**
 - et pour mesurer le **soutien aux mesures gouvernementales relatives au tabagisme et au vapotage**
- Ce rapport décrit la situation actuelle et la compare aux années précédentes dans la mesure du possible.

MÉTHODOLOGIE

DESCRIPTION DE L'UNIVERSUM



- Échantillon représentatif de la population belge 15-75 à partir du panel en ligne.

NOMBRE DE PERSONNES INTERROGÉES



n = 2536

QUOTA DU PANEL



- Âge
- Sexe
- Classe socio-économique
- Région

MÉTHODE DE COLLECTE DE DONNÉES



Ipsos Online Panel

DURÉE MOYENNE D'UNE INTERVIEW



12 minutes

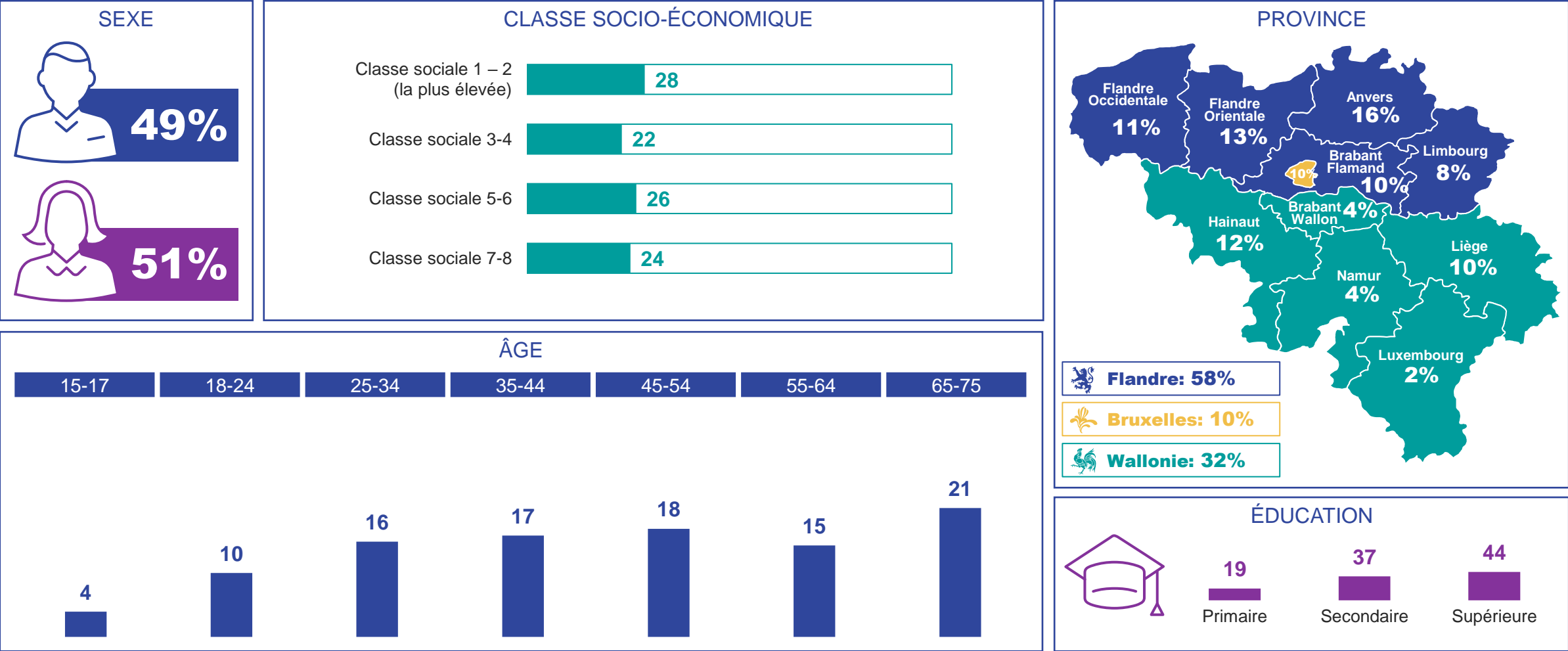
PÉRIODE DE TERRAIN



05/09/2022 – 21/09/2022

DESCRIPTION DE L'ÉCHANTILLON

L'ÉCHANTILLON PONDÉRÉ EST REPRÉSENTATIF DE LA POPULATION BELGE TOTALE ET EST COMPARABLE À CELUI DE 2021.





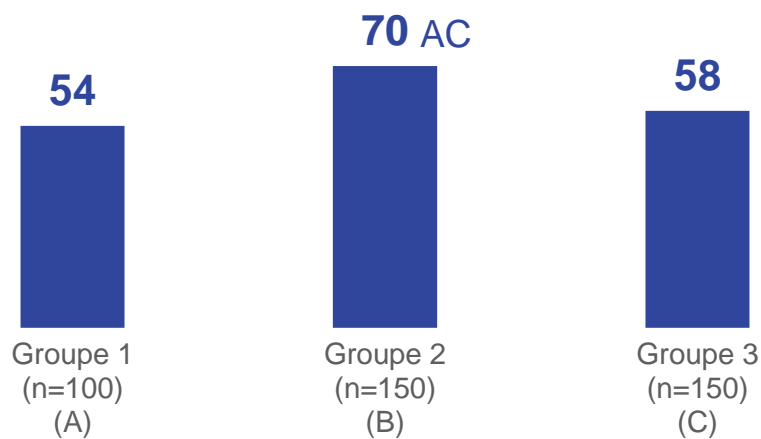
COMMENT LIRE LES RÉSULTATS

Tous les résultats rapportés sont **des pourcentages (%)**, sauf indication contraire.

Les petits échantillons, c'est-à-dire $n < 30$, sont marqués d'un astérisque (*).

Les différences significatives sont toujours testées par un test de significativité au niveau de confiance de 95 %.

- Les différences significatives entre la vague précédente et la vague actuelle sont indiquées par des flèches   vertes/rouges en cas d'évolution positive/négative.
- Les différences significatives entre les sous-groupes sont indiquées par A, B, C, ...
 - Les différences sont toujours indiquées auprès du % le plus élevé de la comparaison.
 - P.ex., l'indication AC chez le groupe 2 indique une différence significative entre 70 % (B) et 54 % (A) et entre 70 % (B) et 58 % (C).



***Petit échantillon !**



Fondation contre le cancer



© Ipsos

COMPORTEMENT DE FUMEUR



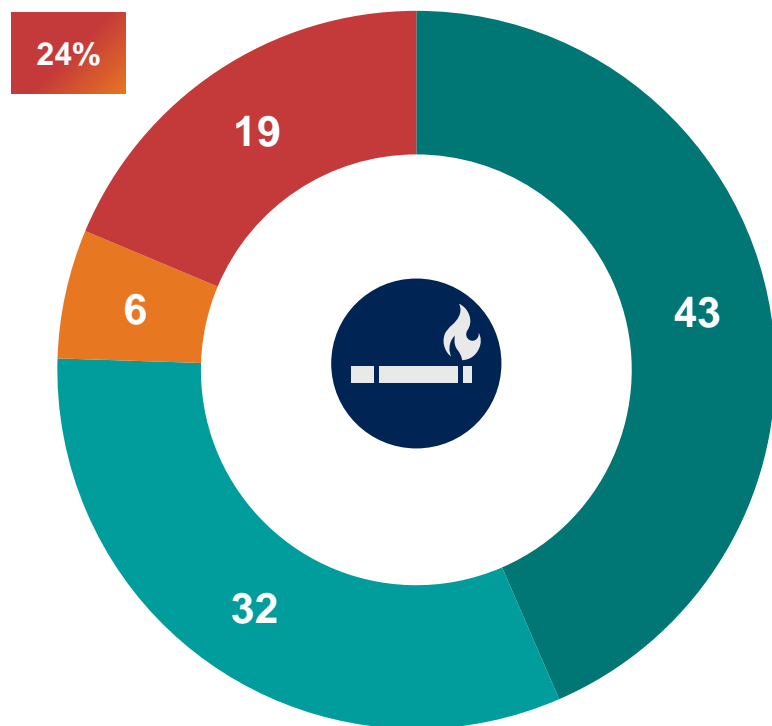
2



Fondation contre le cancer

24 % des Belges fument (autodéclarés), la grande majorité (+- 3 sur 4) le faisant quotidiennement.

APERÇU DU COMPORTEMENT DE FUMEUR | EN GÉNÉRAL



■ Fumeur quotidien

■ Fumeur occasionnel

■ Ex-fumeur

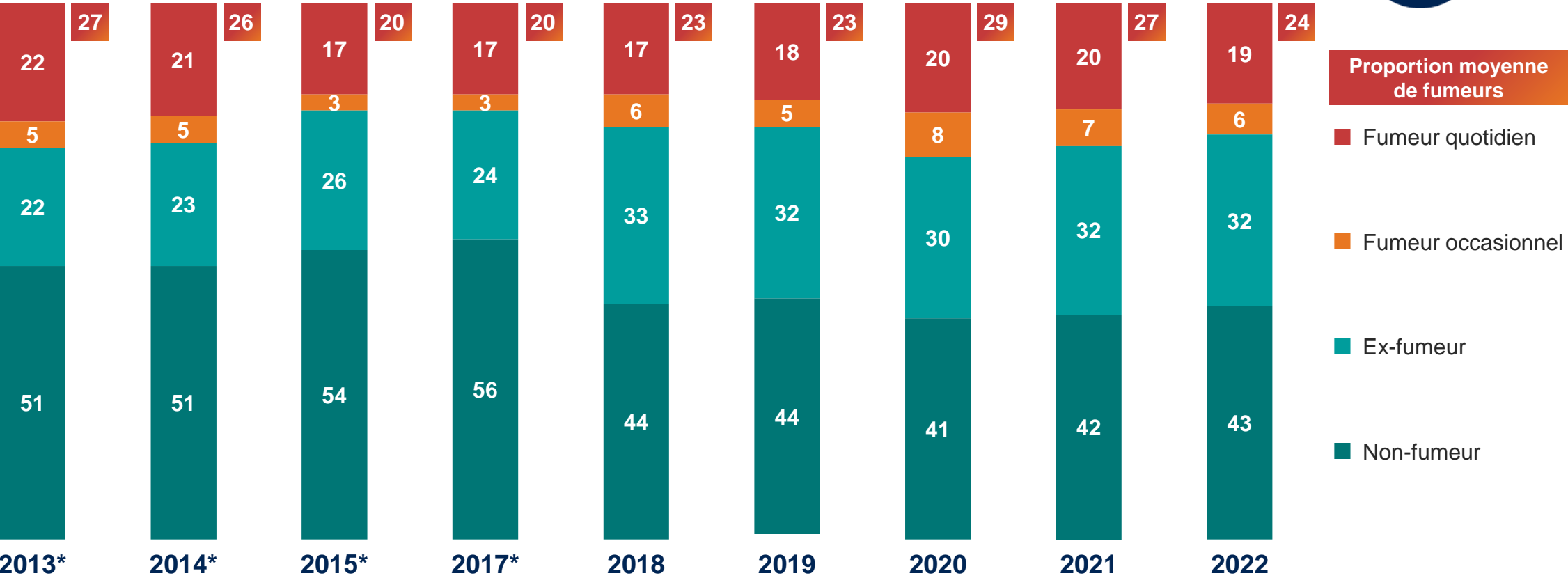
■ Non-fumeur



Les fumeurs quotidiens sont plus souvent des personnes âgées de 25 à 64 ans et des Belges appartenant aux classes sociales moins favorisées (7-8).

En termes de pénétration, nous observons une tendance à la baisse depuis 2020.

BENCHMARKING DU COMPORTEMENT DE FUMEUR DES BELGES | DE 2013 JUSQU'À 2022

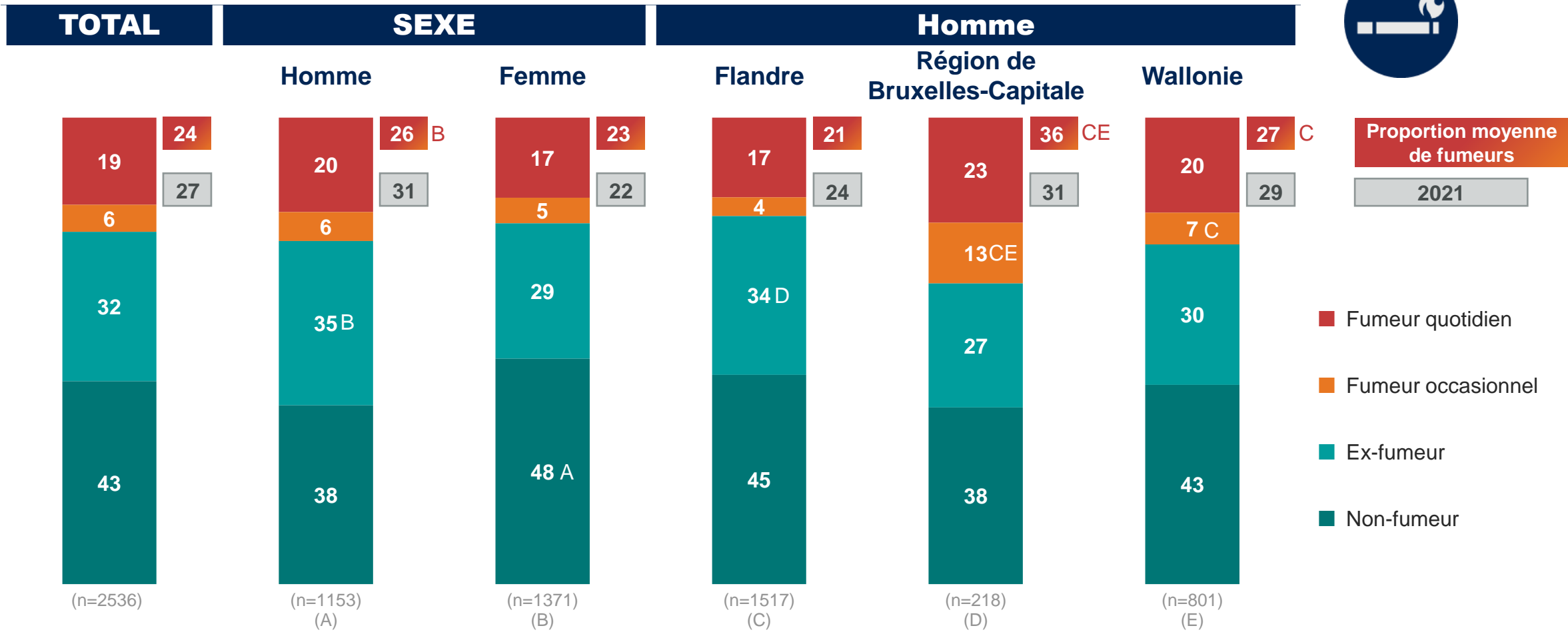


* De 2013 à 2017, l'enquête a été réalisée par téléphone, depuis 2018 en ligne.



Les femmes fument moins, de même que les personnes originaires de Flandre.

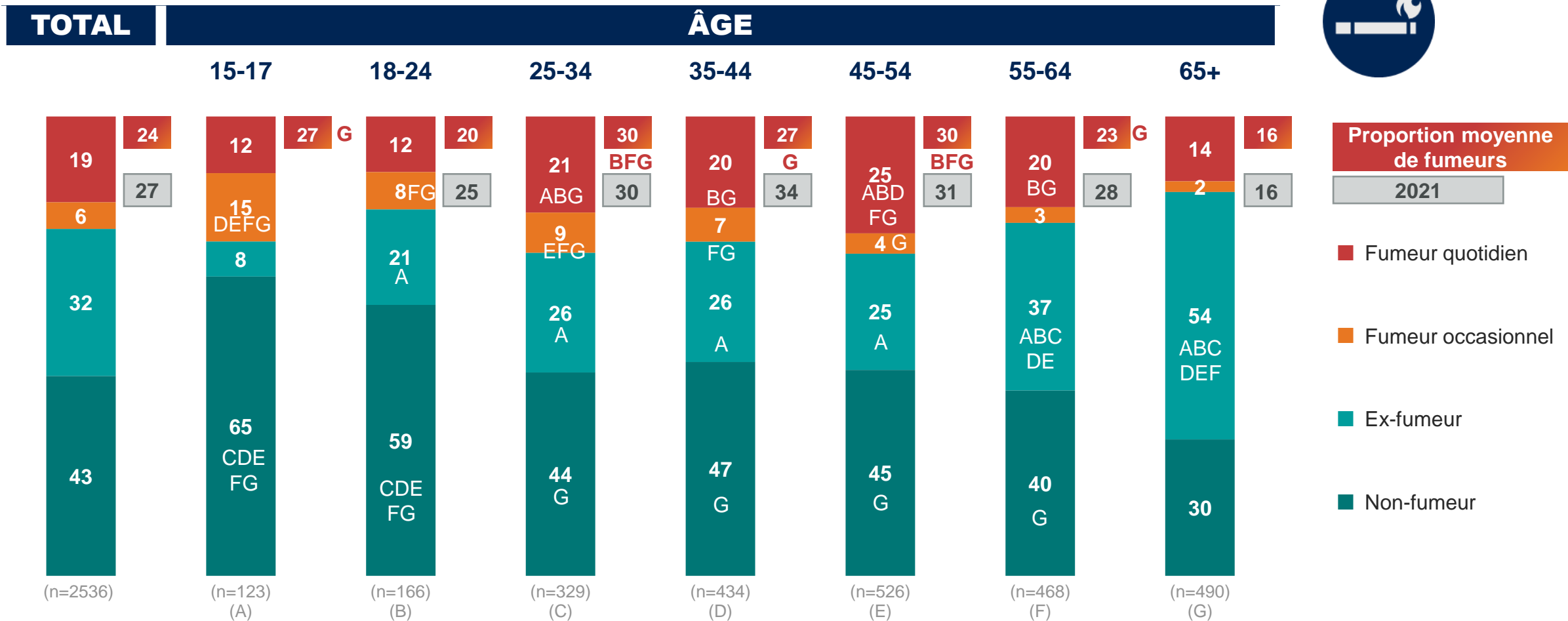
APERÇU DU COMPORTEMENT DE FUMEUR | RÉPARTITION PAR SEXE ET PAR RÉGION



Base: Échantillon total (n=2536)
Question: Q1. Laquelle des propositions suivantes correspondait le mieux à votre situation ? Les réponses portent ici sur la consommation de cigarettes, de tabac à rouler, de cigares, de cigarillos ou de pipe à eau (Shisha). Elles ne concernent donc pas la consommation de cigarettes électroniques.
Différence significative par rapport à la vague précédente.

Moins de fumeurs (et plus d'ex-fumeurs) dans la tranche d'âge des 65 ans et plus. Dans cette tranche d'âge, plus de la moitié ont fumé à un moment donné de leur vie.

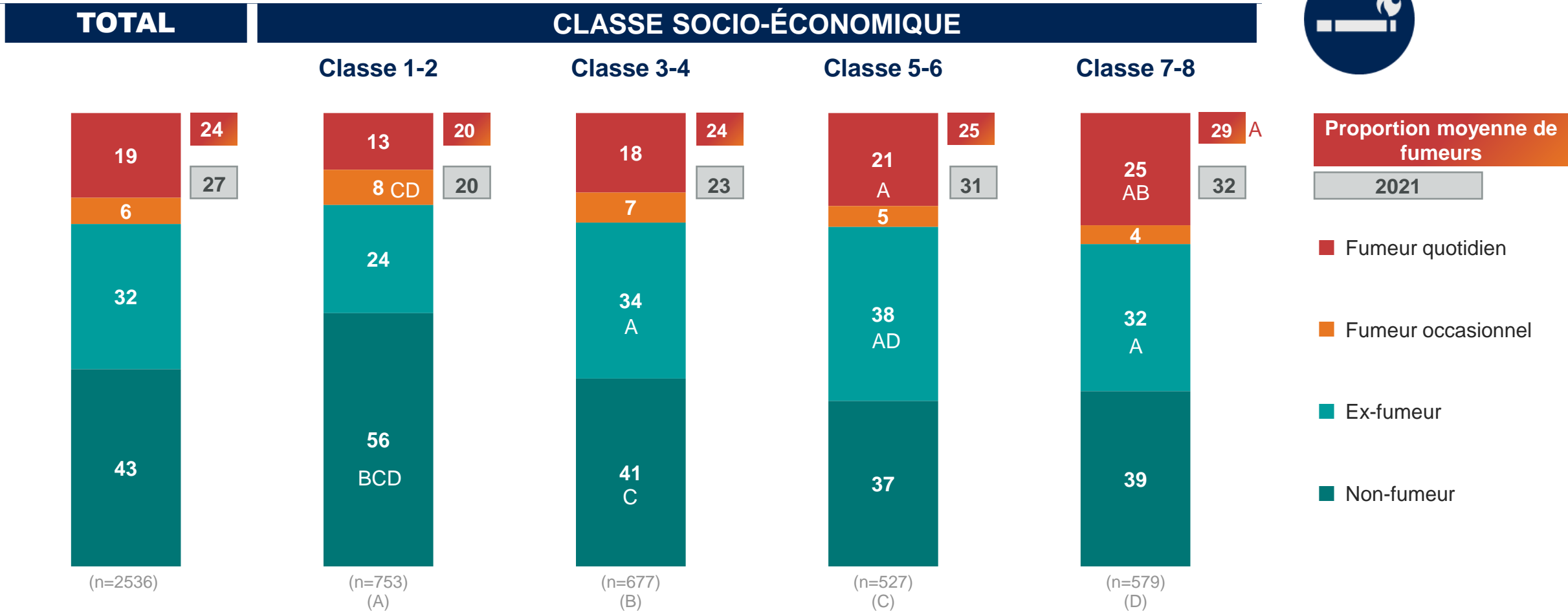
APERÇU DU COMPORTEMENT DE FUMEUR | RÉPARTITION PAR ÂGE



Base: Échantillon total (n=2536)
Question: Q1. Laquelle des propositions suivantes correspondait le mieux à votre situation ? Les réponses portent ici sur la consommation de cigarettes, de tabac à rouler, de cigares, de cigarillos ou de pipe à eau (Shisha). Elles ne concernent donc pas la consommation de cigarettes électroniques.
Différence significative par rapport à la vague précédente (pas de comparaison avec 15-17 2021, en raison d'une base trop faible à l'époque).

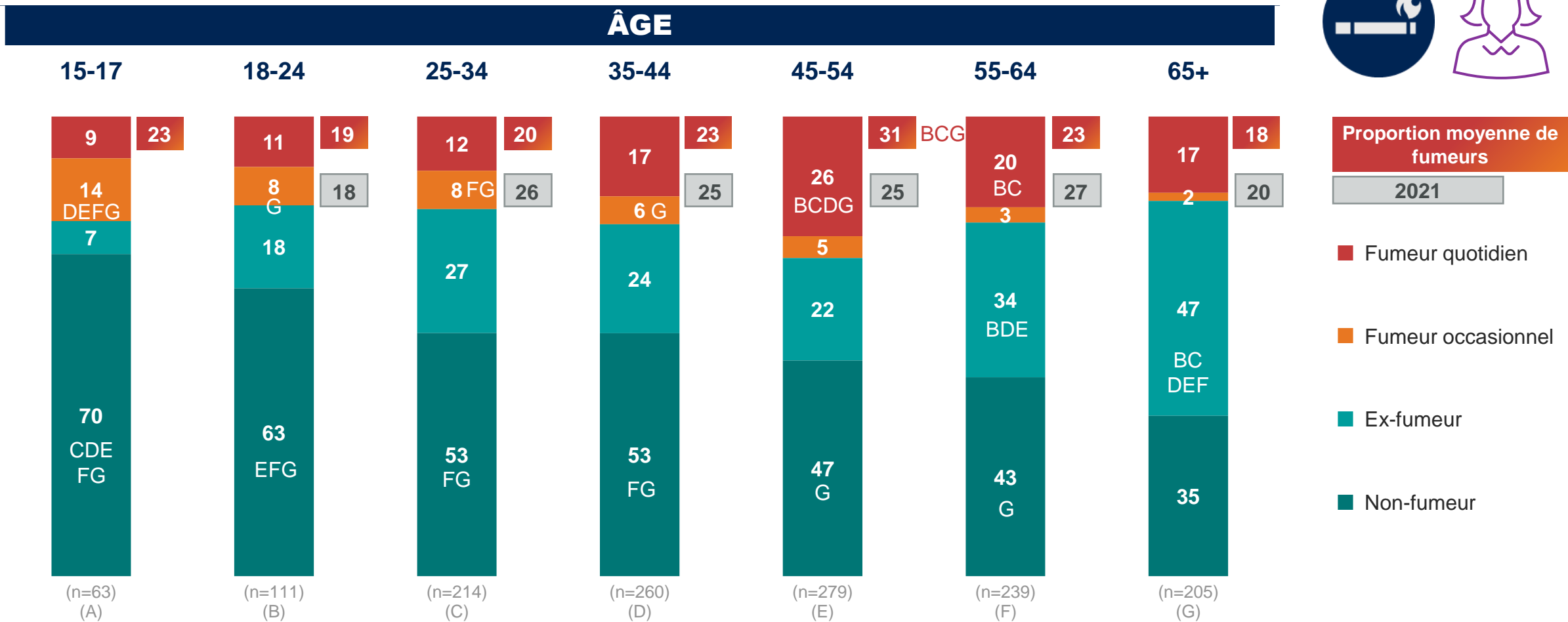
Les fumeurs sont moins nombreux dans la classe socio-économique 1-2, et ils fument également moins quotidiennement.

APERÇU DU COMPORTEMENT DE FUMEUR | RÉPARTITION PAR CLASSE SOCIO-ÉCONOMIQUE



Davantage de fumeuses (quotidiennes) dans la tranche d'âge 45-54 ans.

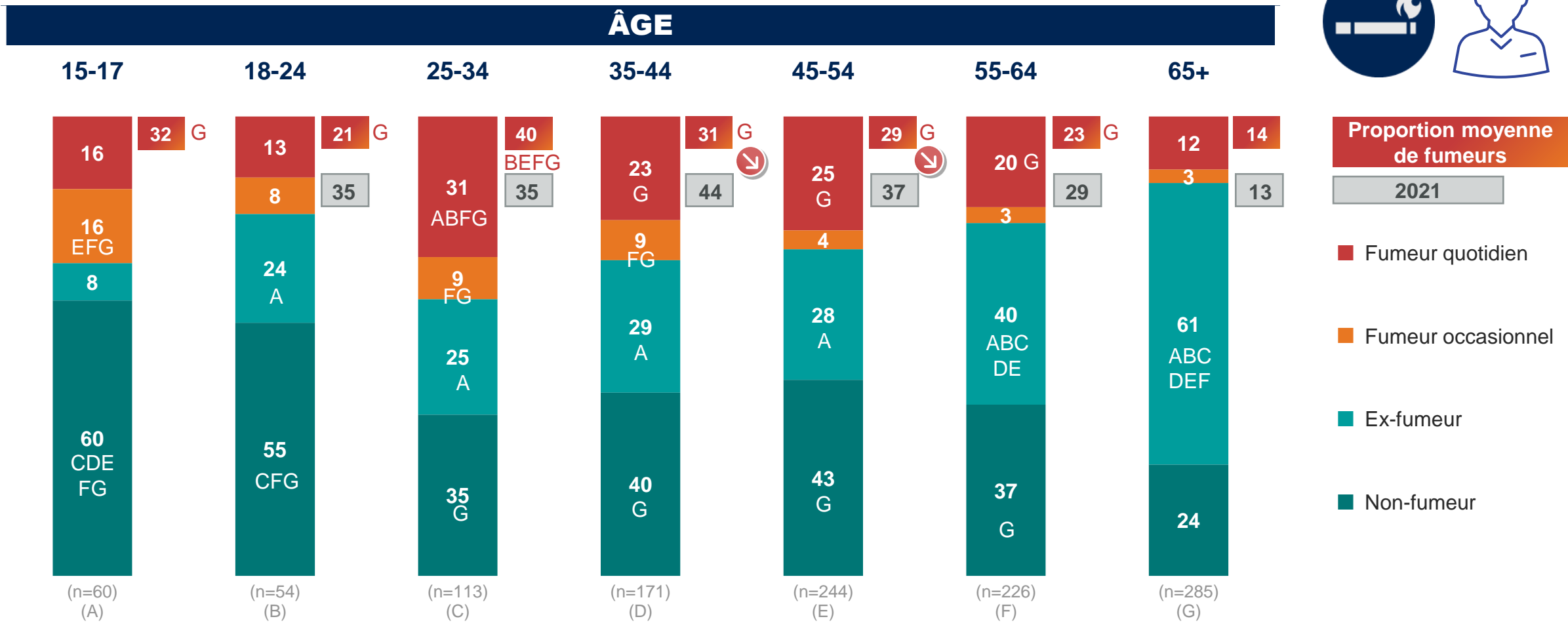
CONSOMMATION DU TABAC CHEZ LES FEMMES | RÉPARTITION PAR ÂGE



Base: Femmes (n=1371)
Question: Q1. Laquelle des propositions suivantes correspondait le mieux à votre situation ? Les réponses portent ici sur la consommation de cigarettes, de tabac à rouler, de cigares, de cigarillos ou de pipe à eau (Shisha). Elles ne concernent donc pas la consommation de cigarettes électroniques.
Différence significative par rapport à la vague précédente (pas de comparaison avec 15-17 2021, en raison d'une base trop faible à l'époque).

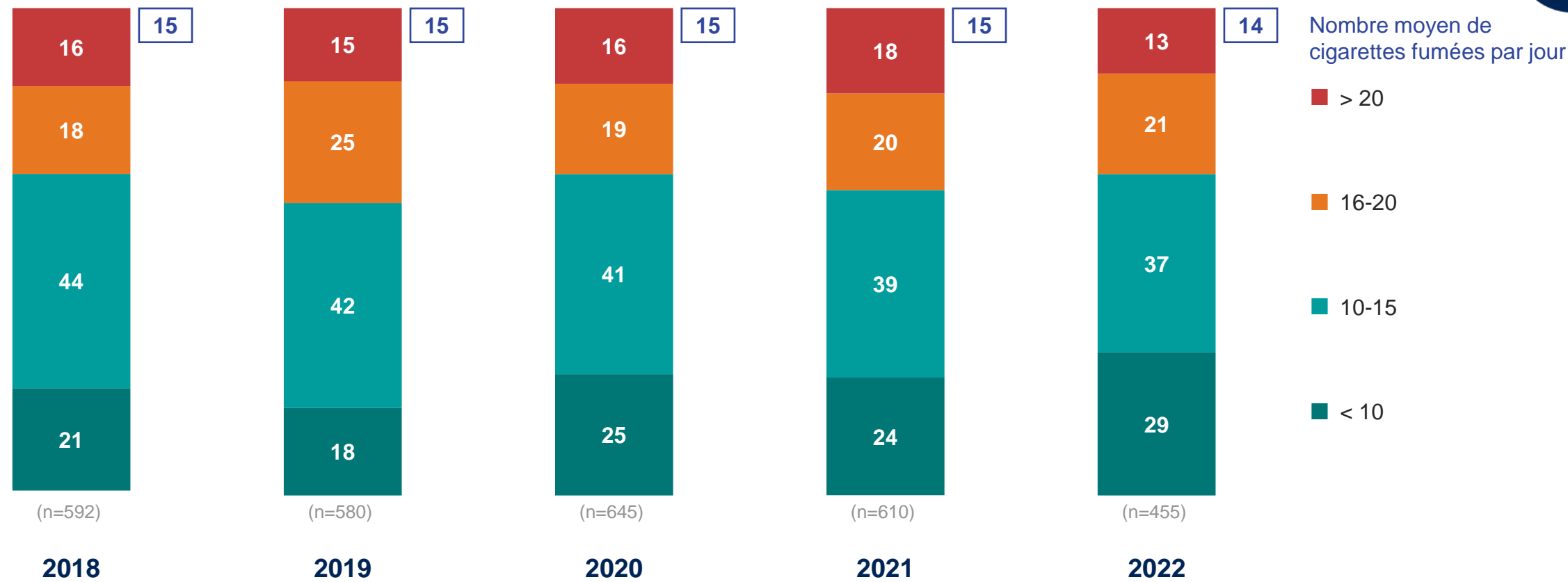
Chez les hommes, les fumeurs quotidiens se situent dans la tranche d'âge 25-54 ans. Moins de fumeurs dans le groupe 35-54 ans.

CONSOMMATION DU TABAC CHEZ LES HOMMES | RÉPARTITION PAR ÂGE




En moyenne, les gens fument 14 cigarettes par jour. Il n'y a pas de différence substantielle par rapport aux années précédentes.

NOMBRE MOYEN DE CIGARETTES FUMÉES PAR JOUR - FUMEURS QUOTIDIENS | ÉVOLUTION DE 2018 À 2022



Les personnes de la tranche d'âge 45+ fument en moyenne plus de cigarettes par jour.


NOMBRE MOYEN DE CIGARETTES FUMÉES PAR JOUR - FUMEURS QUOTIDIENS

	TOTAL	SEXE		RÉGION		
		Homme	Femme	Flandre	Bruxelles-Capitale	Wallonie
	(n=455)	(n=223) – (A)	(n=231) – (B)	(n=253) – (C)	(n=48) – (D)	(n=154) – (E)
< 10	29	34 B	24	25	48 CE	30
10-15	37	35	39	37	24	40
16-20	21	20	22	22	21	18
> 20	13	12	15	16	7	12
Nombre moyen de cigarettes	14	13	15	15 D	12	14

	TOTAL	ÂGE							
		15-17	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	
	(n=455)	(n=14)* – (A)	(n=19)* – (B)	(n=59) – (C)	(n=80) – (D)	(n=127) – (E)	(n=91) – (F)	(n=65) – (G)	
< 10	29	NA	NA	47 EFG	34 FG	22	18	12	
10-15	37	NA	NA	29	41	39	36	42	
16-20	21	NA	NA	19	16	23	25	21	
> 20	13	NA	NA	5	9	16 C	21 CD	25 CD	
Nombre moyen de cigarettes	14	NA	NA	11	13	15 C	16 CD	17 CD	

Les personnes appartenant à la classe socio-économique la plus élevée fument en moyenne beaucoup moins de cigarettes.

NOMBRE MOYEN DE CIGARETTES FUMÉES PAR JOUR - FUMEURS QUOTIDIENS

	<div>  </div>	TOTAL	CLASSE SOCIO-ÉCONOMIQUE			
		(n=455)	Classe 1-2 (n=92) – (A)	Classe 3-4 (n=110) – (B)	Classe 5-6 (n=105) – (C)	Classe 7-8 (n=148) – (D)
< 10		29	50 BCD	32	22	23
10-15		37	28	41	38	37
16-20		21	13	14	27 AB	24 A
> 20		13	9	13	13	16
Nombre moyen de cigarettes		14	11	14	15 A	15 A

Le produit du tabac préféré des fumeurs est la cigarette classique, suivie de la cigarette électronique.



UTILISATION TYPE DE PRODUIT DU TABAC

Cigarettes classiques	64	i Davantage fumées par les femmes et dans les classes socio-économiques 1-4 .
Cigarette électronique	37	i Davantage fumé dans la classe socio-économique 7-8.
Tabac à rouler (cigarettes que vous roulez vous-même)	36	i Davantage utilisée par les hommes et les jeunes (<34 ans).
Cigare ou cigarillo	8	i Davantage utilisé par les hommes et dans la classe socio-économique 1-2.
Pipe à eau (narguilé, shisha)	4	i Davantage utilisée par les hommes et les jeunes (<34 ans).
Pipe	4	i Davantage fumée par les hommes..
Tabac chauffé (comme lqos, Glo, Pax, Ploomtech, ...) *	1	
Autre	1	

Pas de différences par rapport à 2021.

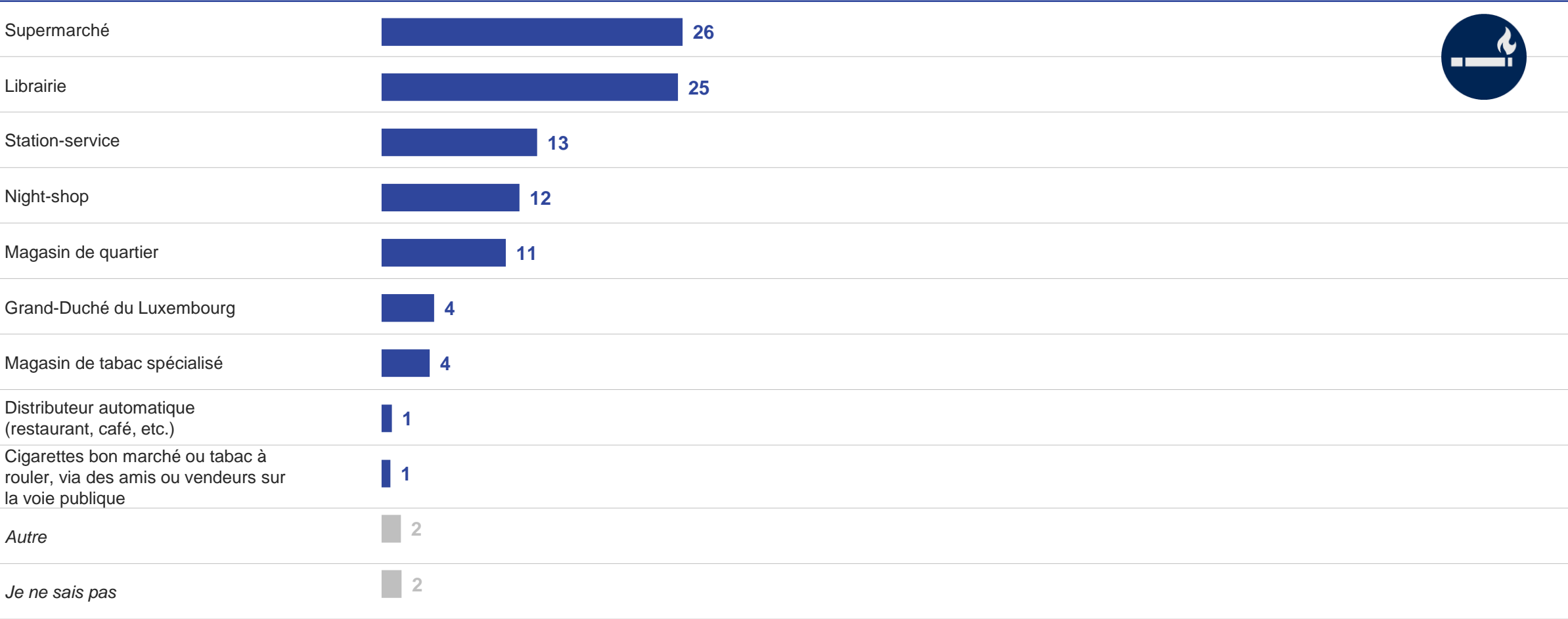


UTILISATION DU TYPE DE PRODUIT DU TABAC | ÉVOLUTION 2018 - 2022

	ANNÉE				
	2018 (n=863)	2019 (n=975)	2020 (n=980)	2021 (n=914)	2022 (n=664)
Cigarettes classiques	<div></div> 64	<div></div> 68	<div></div> 64	<div></div> 65	<div></div> 64
Cigarette électronique	<div></div> 32	<div></div> 33	<div></div> 35	<div></div> 33	<div></div> 37
Tabac à rouler (cigarettes que vous roulez vous-même)	<div></div> 37	<div></div> 37	<div></div> 34	<div></div> 33	<div></div> 36
Cigare ou cigarillo	<div></div> 9	<div></div> 9	<div></div> 10	<div></div> 9	<div></div> 8
Pipe à eau (narguilé, shisha)	<div></div> 3	<div></div> 4	<div></div> 4	<div></div> 4	<div></div> 4
Pipe	<div></div> 2	<div></div> 3	<div></div> 4	<div></div> 4	<div></div> 4
Tabac chauffé (comme Iqos, Glo, Pax, Ploomtech, ...) *			<div></div> 1	<div></div> 1	<div></div> 1
Autre	<div></div> 6	<div></div> 6	<div></div> 2	<div></div> 1	<div></div> 1

Pour acheter des cigarettes, les gens se rendent principalement dans les supermarchés ou dans les librairies.

OÙ L'ON A ACHETÉ SON DERNIER PAQUET DE CIGARETTES/TABAC

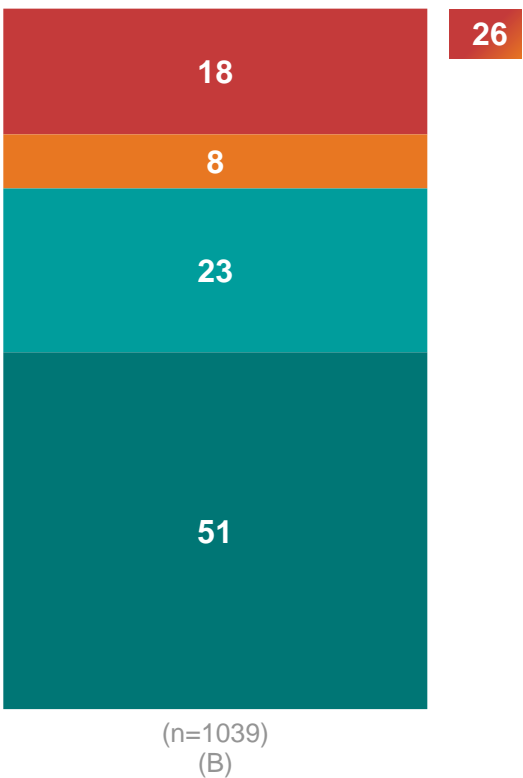
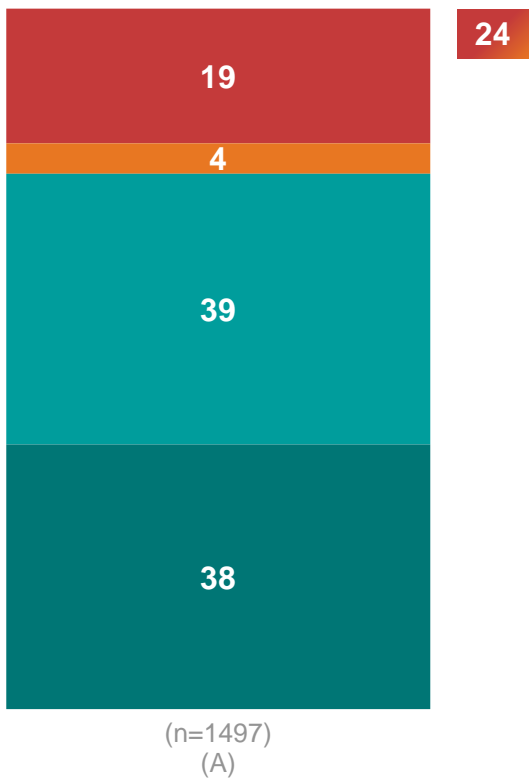


Aucune différence réelle dans le comportement de fumeur des ménages avec ou sans enfants. Dans les ménages sans enfants, nous voyons un peu plus de fumeurs occasionnels. Dans ceux avec enfants, nous voyons plus d'ex-fumeurs.

COMPORTEMENT DE FUMEUR | ENFANTS

AVEC ENFANTS

SANS ENFANTS



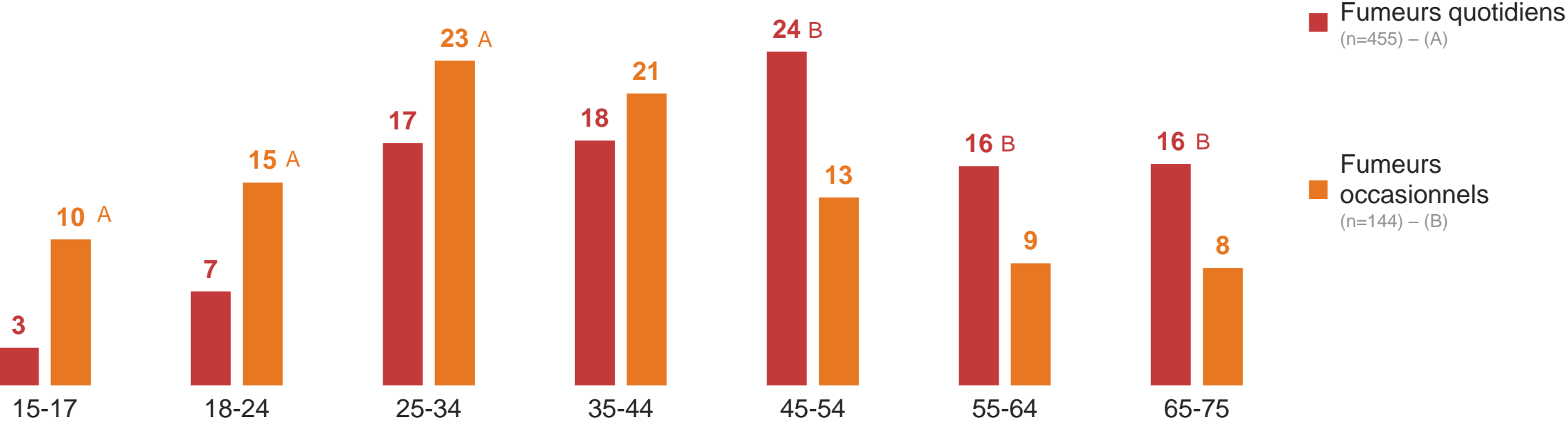
La proportion moyenne de fumeurs

- Fumeur quotidien
- Fumeur occasionnel
- Ex-fumeur
- Non-fumeur



Aux plus jeunes âges (jusqu'à 34 ans), nous voyons davantage de fumeurs occasionnels. À partir de 45 ans, les fumeurs fument plutôt chaque jour.

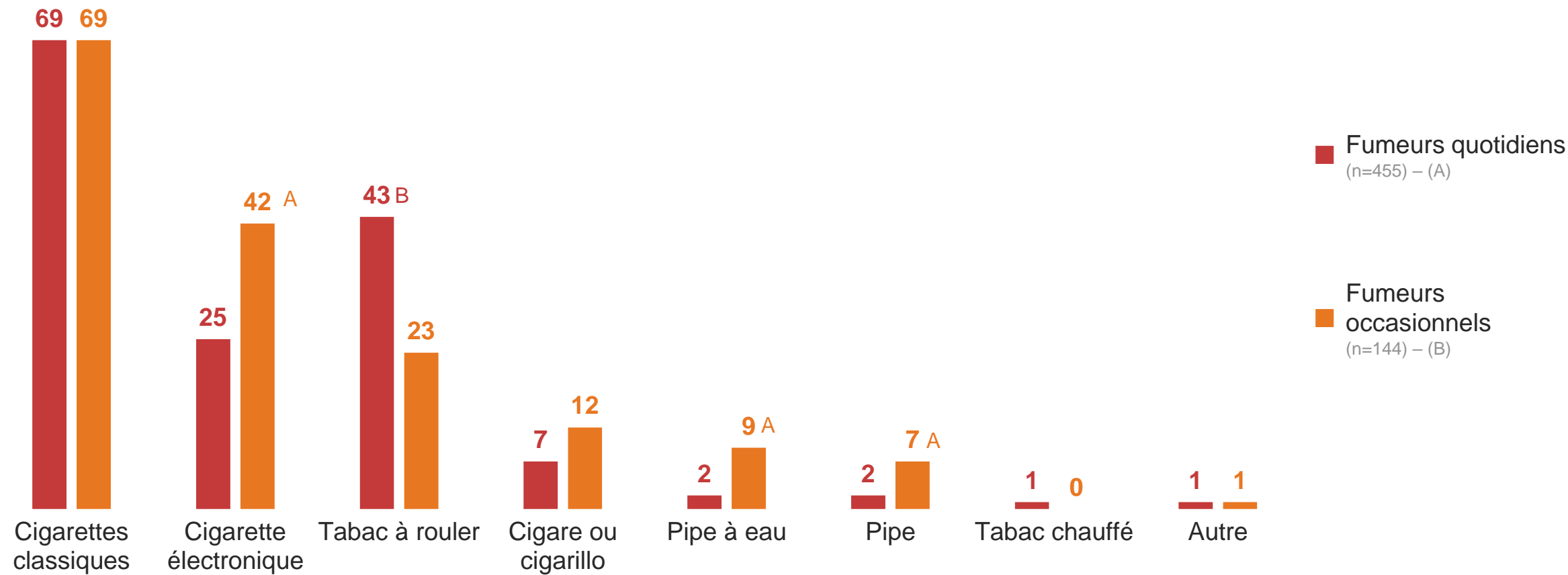
FUMEURS QUOTIDIENS VS OCCASIONNELS | RÉPARTITION PAR ÂGE



27 | Base: Fumeurs (n= 778)
Question: Q1. Laquelle des situations suivantes s'applique le mieux à votre situation? Les réponses concernent ici la consommation de cigarettes, de tabac à rouler, de cigares, de cigarillos ou de pipe à eau (Shisha); elles ne concernent donc pas la cigarette électronique.. | YEAR/MONTH. Quelle est votre date de naissance ?

Les cigarettes sont demandées tant par les fumeurs quotidiens que par les fumeurs occasionnels. Les personnes qui fument moins fréquemment sont plus susceptibles d'opter pour une cigarette électronique ou une pipe (à eau). Les fumeurs quotidiens préfèrent aussi davantage le tabac à rouler.

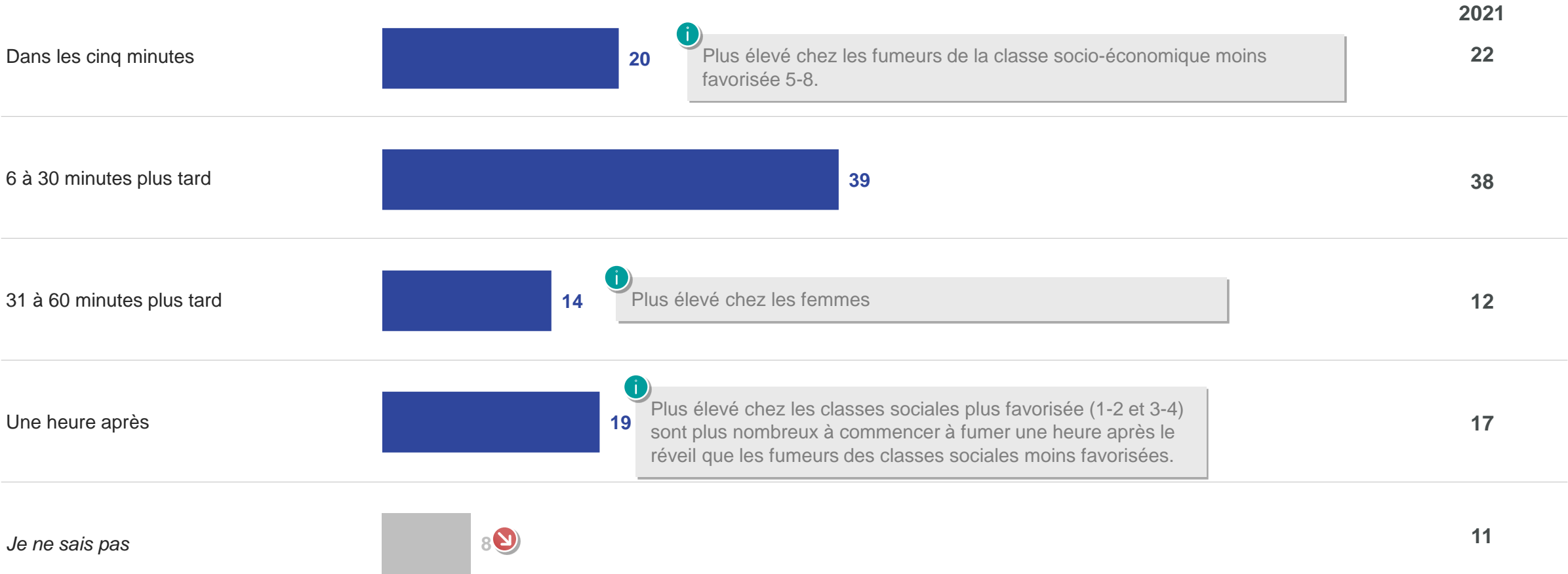
FUMEURS QUOTIDIENS VERSUS OCCASIONNELS | RÉPARTITION PAR TYPE DE TABAC



La majorité des fumeurs (59 %) allument leur première cigarette dans les 30 minutes qui suivent leur réveil.

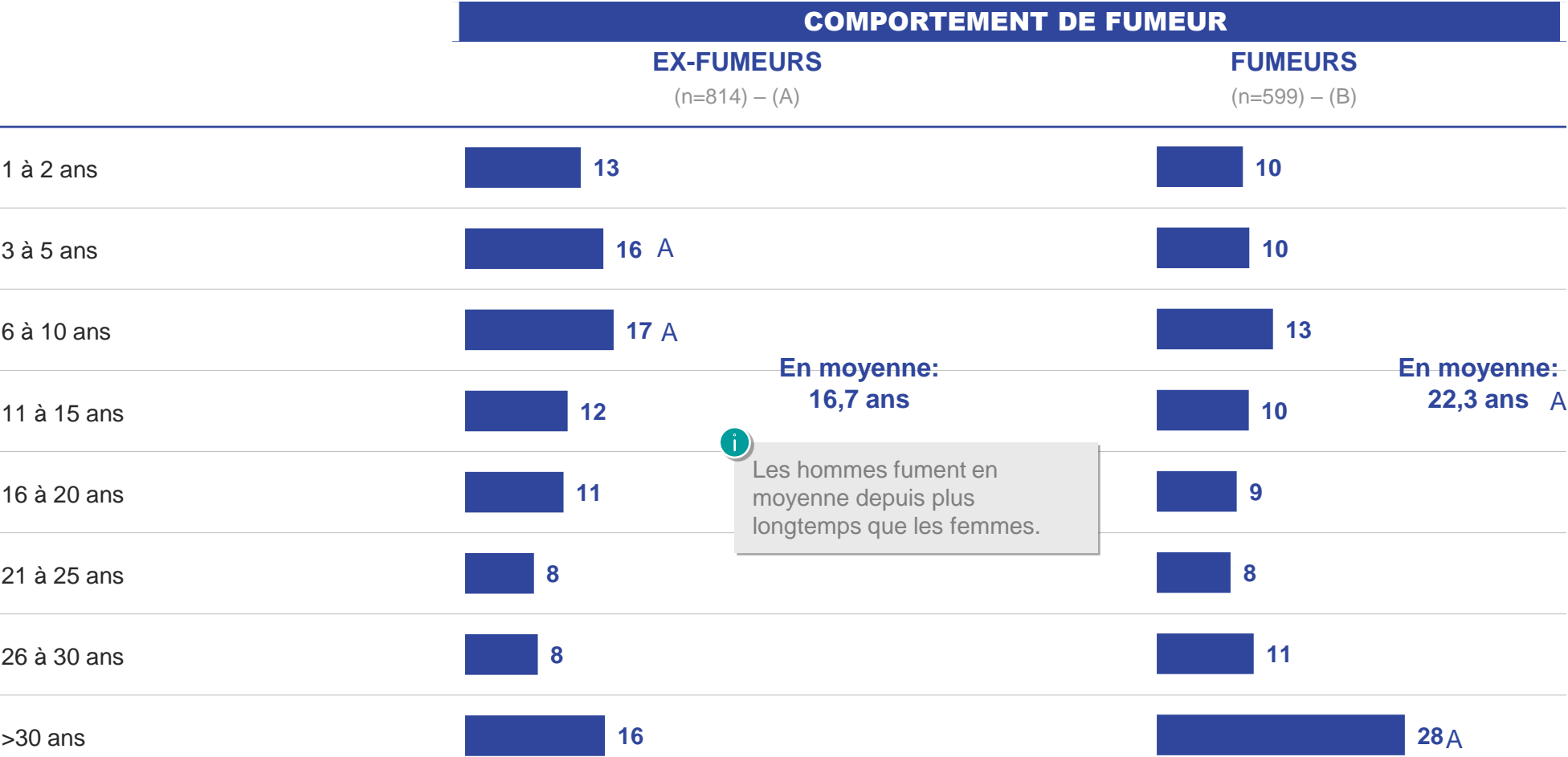


LE MOMENT DE LA PREMIÈRE CIGARETTE



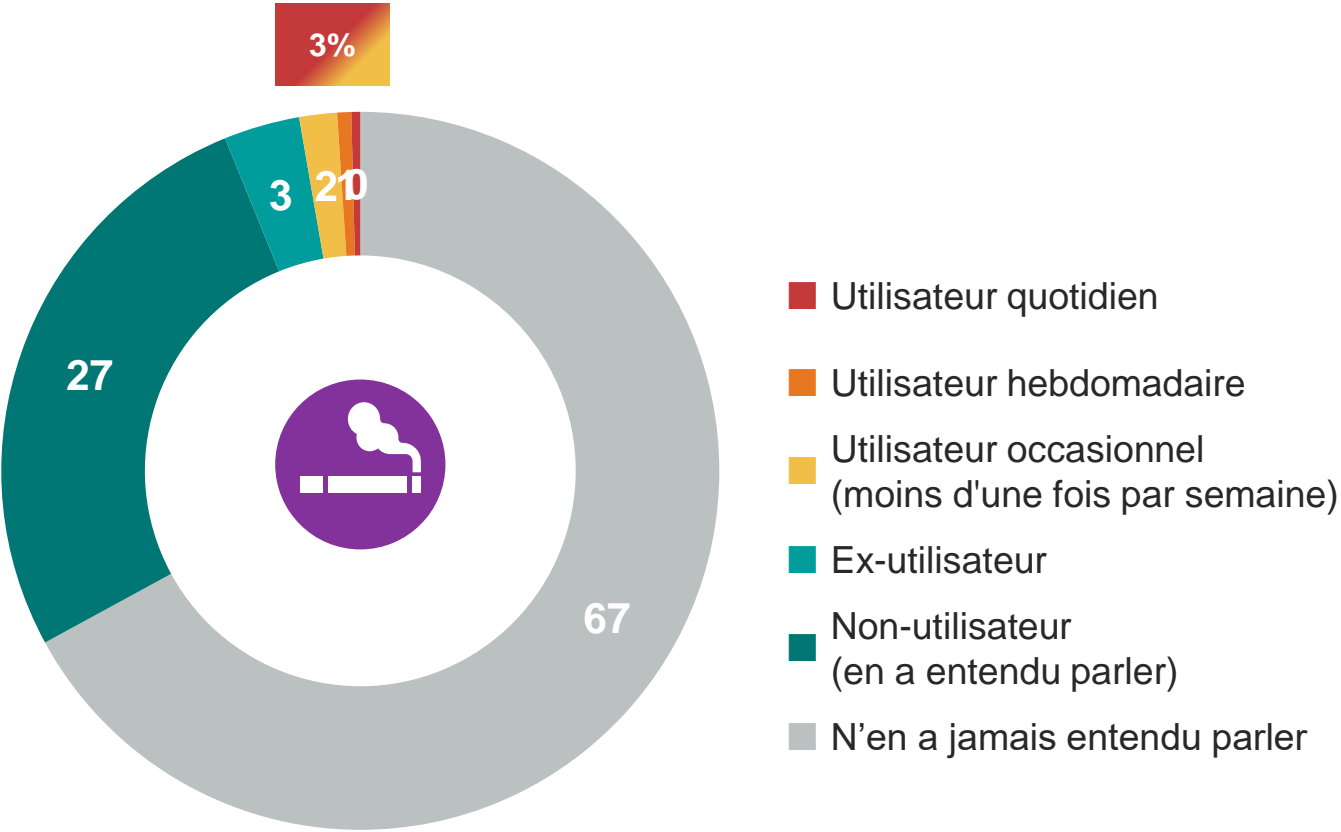
En moyenne, une personne qui a arrêté de fumer a fumé pendant 17 ans. Parmi les fumeurs, le groupe le plus important est celui des fumeurs invétérés, qui fument depuis plus de 30 ans.

DURÉE DU TABAGISME



2 Belges sur 3 ne connaissent pas les sachets de nicotine (qui sont en plein essor). Leur utilisation est également très limitée, avec presque aucun utilisateur quotidien.

UTILISATION DE SACHETS DE NICOTINE



Les utilisateurs sont plus souvent les 18 à 34.

CESSER DE FUMER



3



Fondation contre le cancer

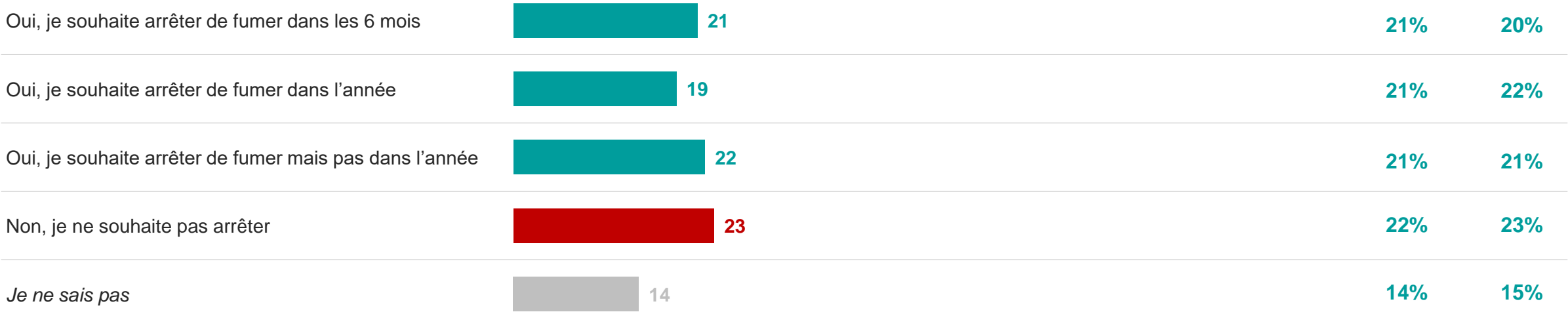
L'intention d'arrêter de fumer (62%) est présente, mais la motivation à arrêter immédiatement (dans les six mois) est limitée (21%). Cette intention n'a pas vraiment changé ces dernières années.

INTENTION D'ARRÊTER DE FUMER

% SOUHAITE ARRÊTER DE FUMER

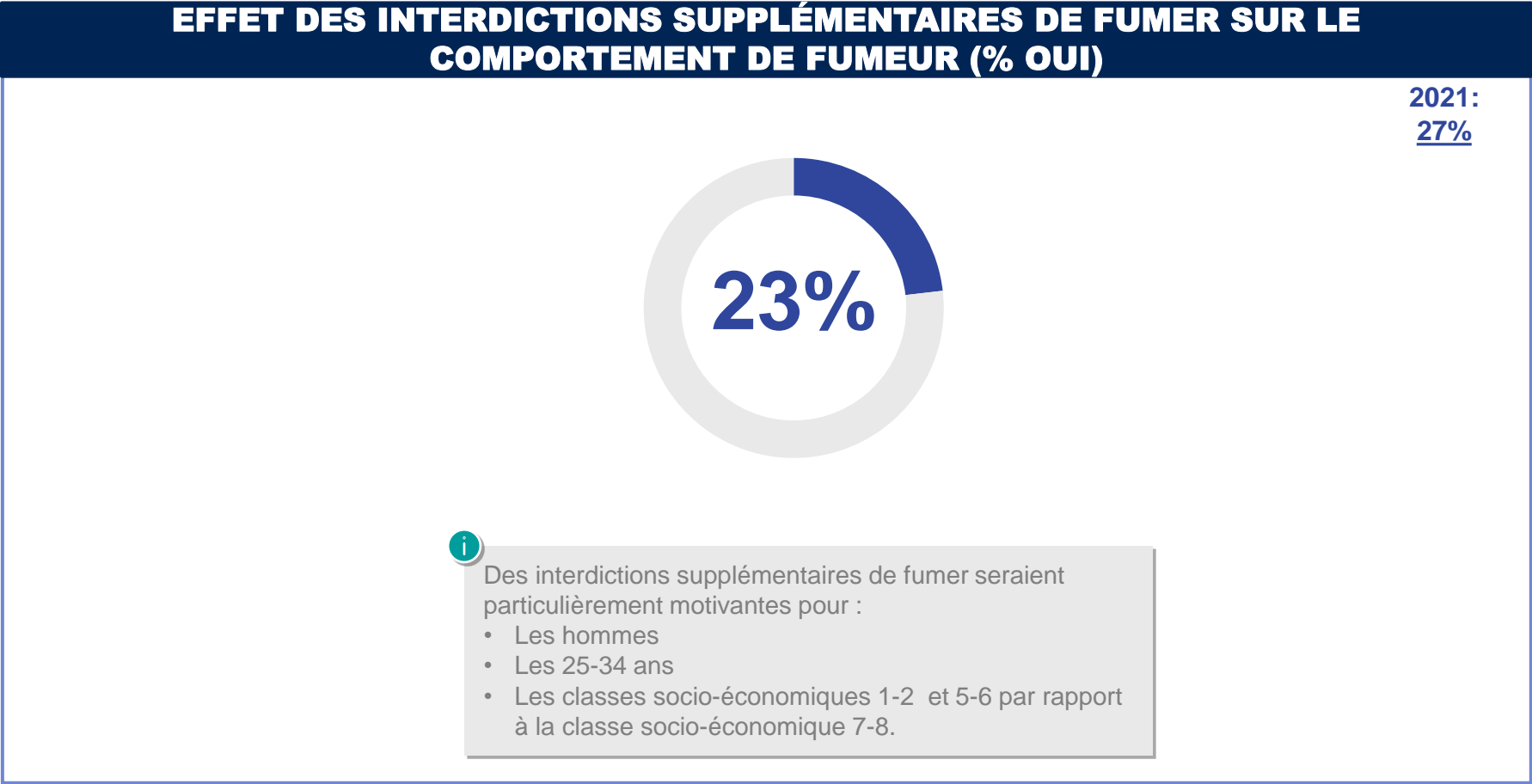


QUAND ARRÊTER?



Pour 23% des fumeurs, des interdictions supplémentaires de fumer pourraient être une motivation pour arrêter de fumer. Ceci principalement chez les hommes, les 25 à 34 ans et ceux qui appartiennent aux classes socio-économiques favorisée..

EFFET DES INTERDICTIONS SUPPLÉMENTAIRES DE FUMER



42 % des fumeurs (fumeurs actuels et ceux qui ont récemment arrêté) ont fait une tentative sérieuse pour arrêter de fumer. Ce chiffre est similaire à celui des années précédentes. Pour la majorité (61%), la pandémie du corona n'a pas eu d'influence. Il s'agit souvent d'une tentative, puisque 54% d'entre eux recommencent à fumer après trois mois maximum (comme en 2021).

ESSAYÉ D'ARRÊTER DE FUMER AU COURS DES 2 DERNIÈRES ANNÉES



% A ESSAYÉ D'ARRÊTER DE FUMER



42%

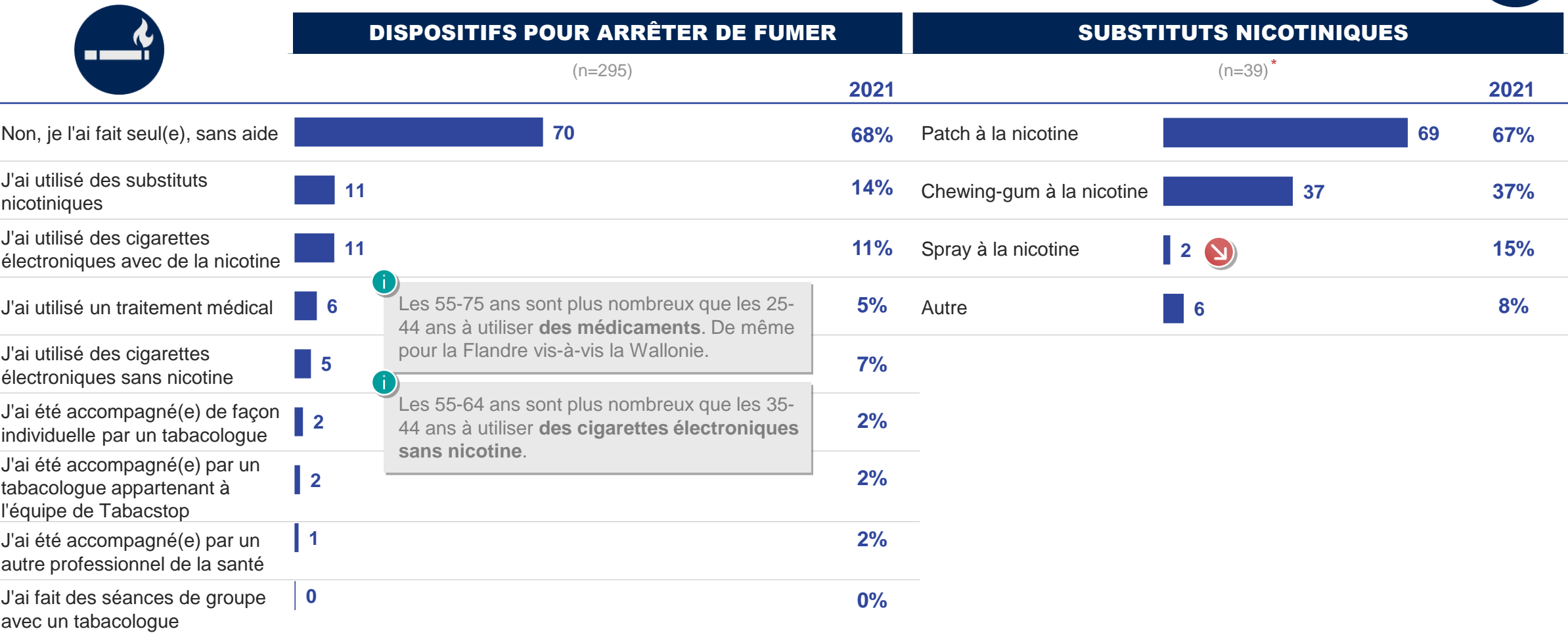
2021: 46%

NOMBRE DE TENTATIVES			COVID-19 : UNE RAISON POUR ARRÊTER			PÉRIODE SANS FUMER		
(n=295)			(n=295)			(n=295)		
2021			2021			2021		
1 fois	<div><div></div></div> 37	34%	Oui, il s'agissait de la raison principale	<div><div></div></div> 20	22%	Moins d'une semaine	<div><div></div></div> 22	21%
2 fois	<div><div></div></div> 36	35%	Oui, mais il ne s'agissait pas de la raison principale	<div><div></div></div> 19	16%	Entre une semaine et trois mois	<div><div></div></div> 32	33%
3 fois	<div><div></div></div> 17	15%	Non, il ne s'agissait pas de la raison d'arrêter	<div><div></div></div> 62	61%	Entre 3 et 6 mois	<div><div></div></div> 18	19%
4 fois ou plus	<div><div></div></div> 8	11%	<div><div><div>i</div></div><div>Comme raison principale surtout chez :<ul style="list-style-type: none">Les 35-44 ans (26%) par rapport aux 65-75 ans (7%)Les classes sociales 1-2 (29%), 3-4 (24%) et 7-8 (21%) par rapport à la classe sociale 5-6 (8%)</div></div>			Entre 6 mois et 1 an	<div><div></div></div> 8	9%
Je ne sais pas	<div><div></div></div> 3	5%				Plus d'un an	<div><div></div></div> 19	18%



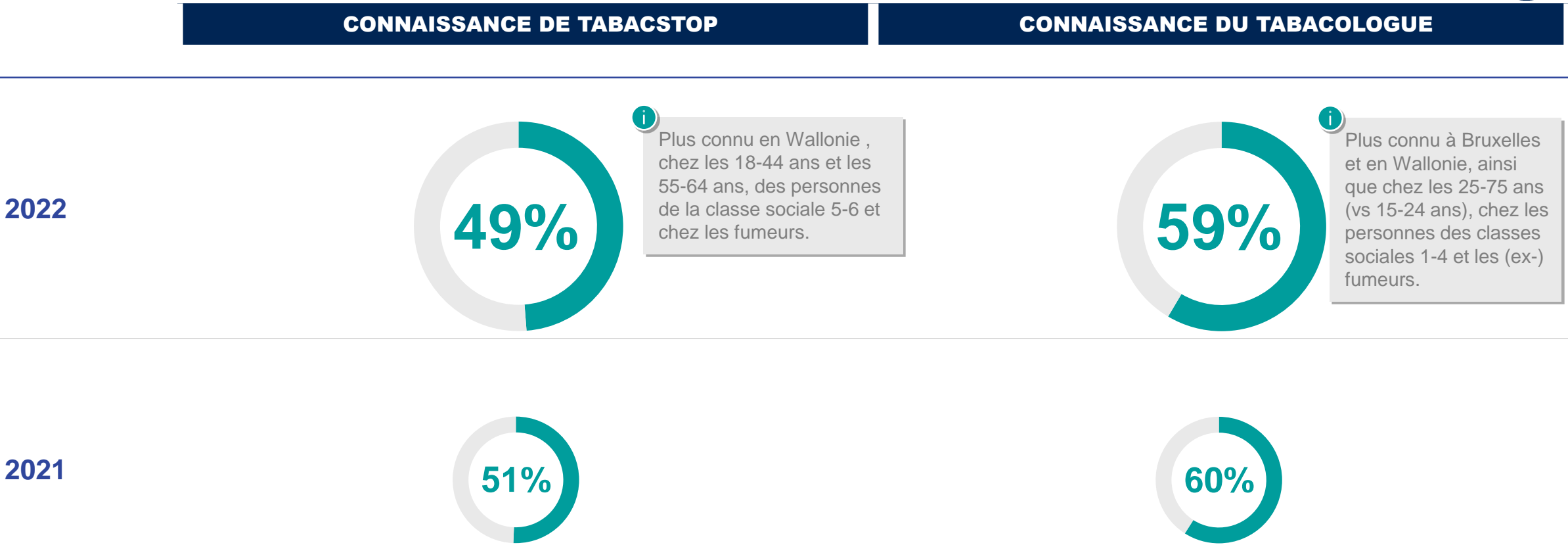
Pour arrêter de fumer, les gens comptent le plus souvent sur leurs propres forces (sans aide supplémentaire de personnes ou de dispositifs). Les substituts nicotiniques (principalement le patch à la nicotine) ou la cigarette électronique (avec nicotine) sont les principales aides.

DISPOSITIFS POUR ARRÊTER DE FUMER



Presque 1 sur 2 disent connaître Tabacstop (plus élevé chez les fumeurs et en Wallonie), 59 % connaissent un(e) tabacologue. Cette familiarité est restée au même niveau depuis plusieurs années.

CONNAISSANCE DE TABACSTOP ET DU TABACOLOGUE : %OUI



Ceux qui disent connaître le terme tabacologue, le définissent correctement.



CONNAISSANCE DE CE QUE FAIT UN TABACOLOGUE - VERBATISMS

*INTERPRÉTATION CORRECTE DU TERME : 94 %



Un spécialiste (médecin, psychologue) spécialisé dans le tabagisme évalue et aide à trouver une solution pour faire face à la dépendance.



Suit un fumeur pour lui permettre d'arrêter de fumer et lui en expliquer toutes les raisons en particulier médicales et pour la santé



Informar sur les avantages de l'arrêt du tabac. Fournir des directives et des conseils qui peuvent aider à arrêter de fumer. Suivi pendant et après l'arrêt du tabac



Un professionnel qui accompagne les fumeurs dans leur volonté d'arrêter la consommation de tabac.



Analyser le comportement de fumeur et conseiller les personnes qui souhaitent arrêter de fumer.



On peut y aborder la question de l'arrêt du tabac et des conseils nécessaires pour y parvenir. On évalue son degré de dépendance, on envisage une stratégie personnelle de sevrage. Ils écoutent et soutiennent.



Un professionnel de la santé qui s'occupe de l'addiction au tabac



Ecoute, explications sur les produits, conseils, aide à la diminution et l'arrêt de la consommation du tabac, prescription de médicaments adaptés, suivi

COMPORTEMENT DE VAPOTEUR



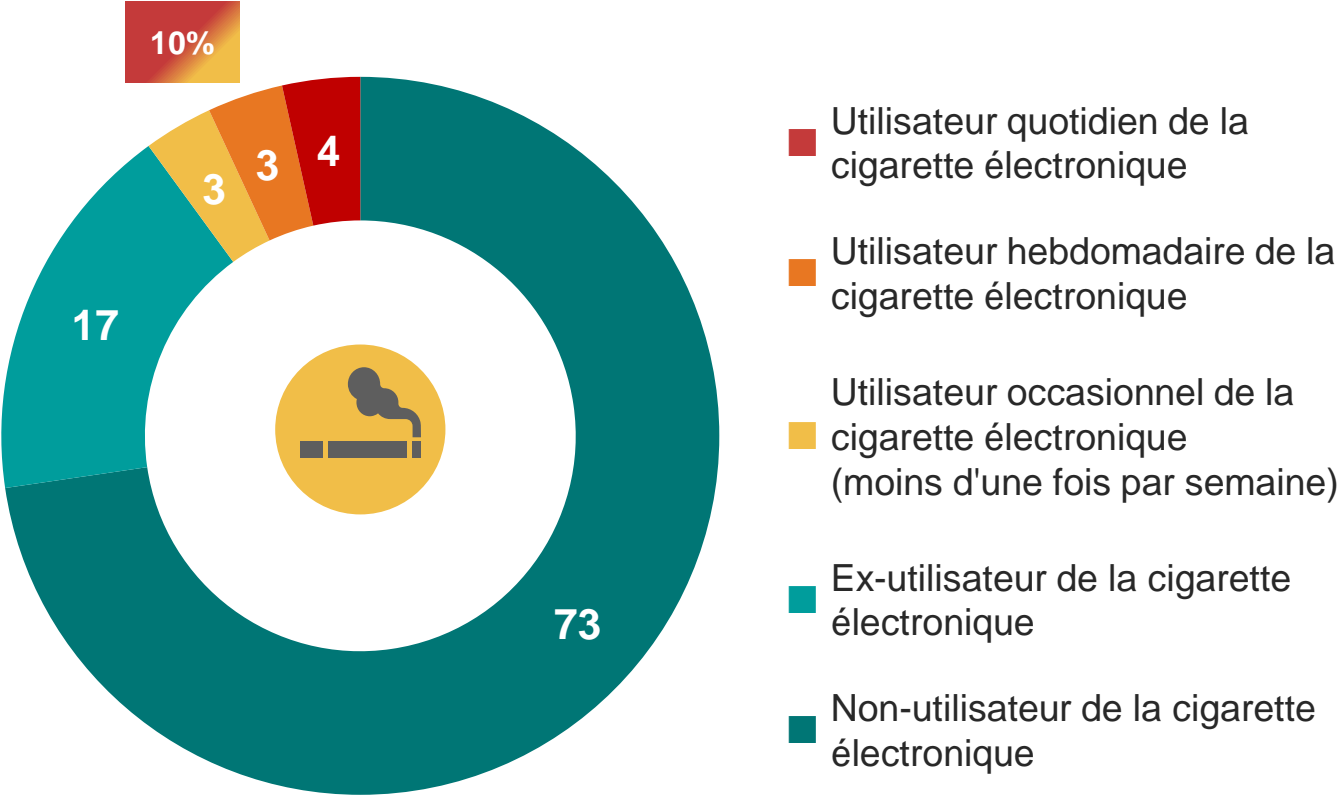
4



Fondation contre le cancer

10% des Belges déclarent vapoter. La grande majorité (73%) des Belges n'a jamais utilisé de cigarette électronique.

APERÇU DU COMPORTEMENT DE VAPOTEUR



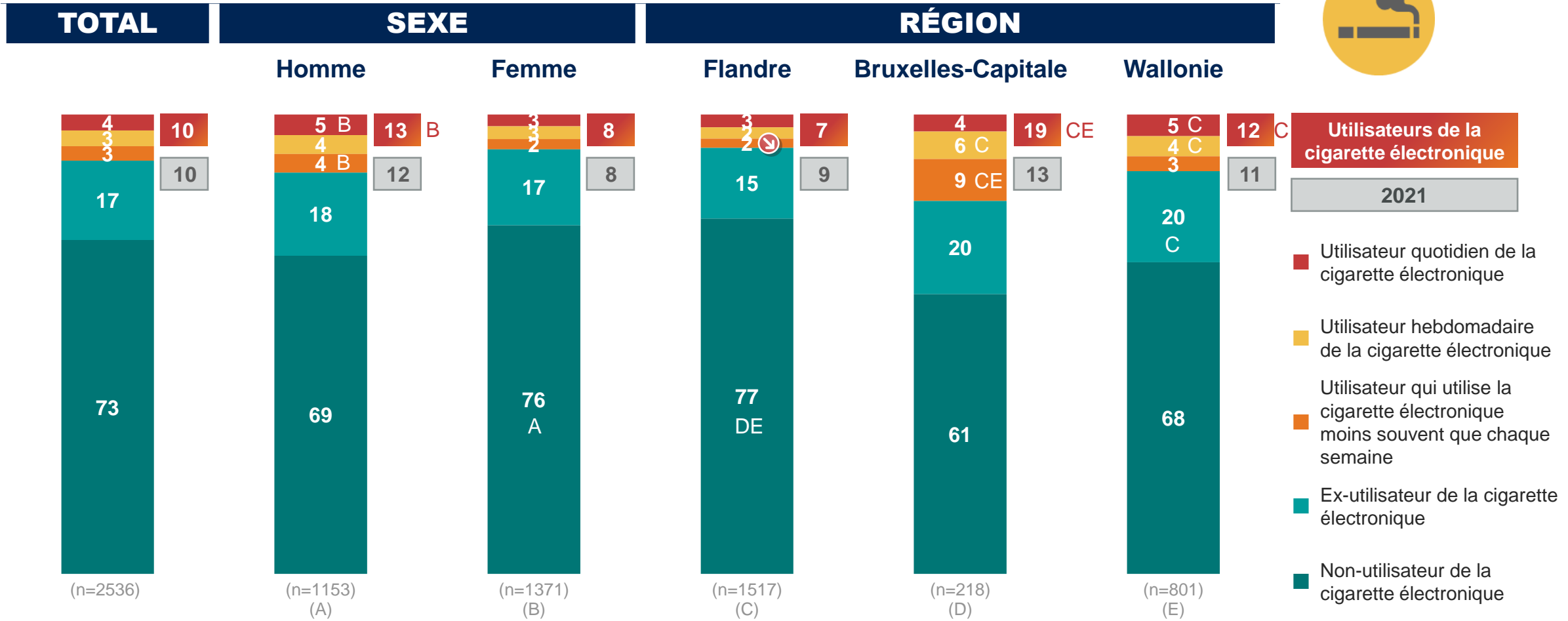
i Les utilisateurs sont plus souvent des hommes, des jeunes (15-34 ans) et des résidents bruxellois.

APERÇU DU COMPORTEMENT DE VAPOTEUR | ÉVOLUTION



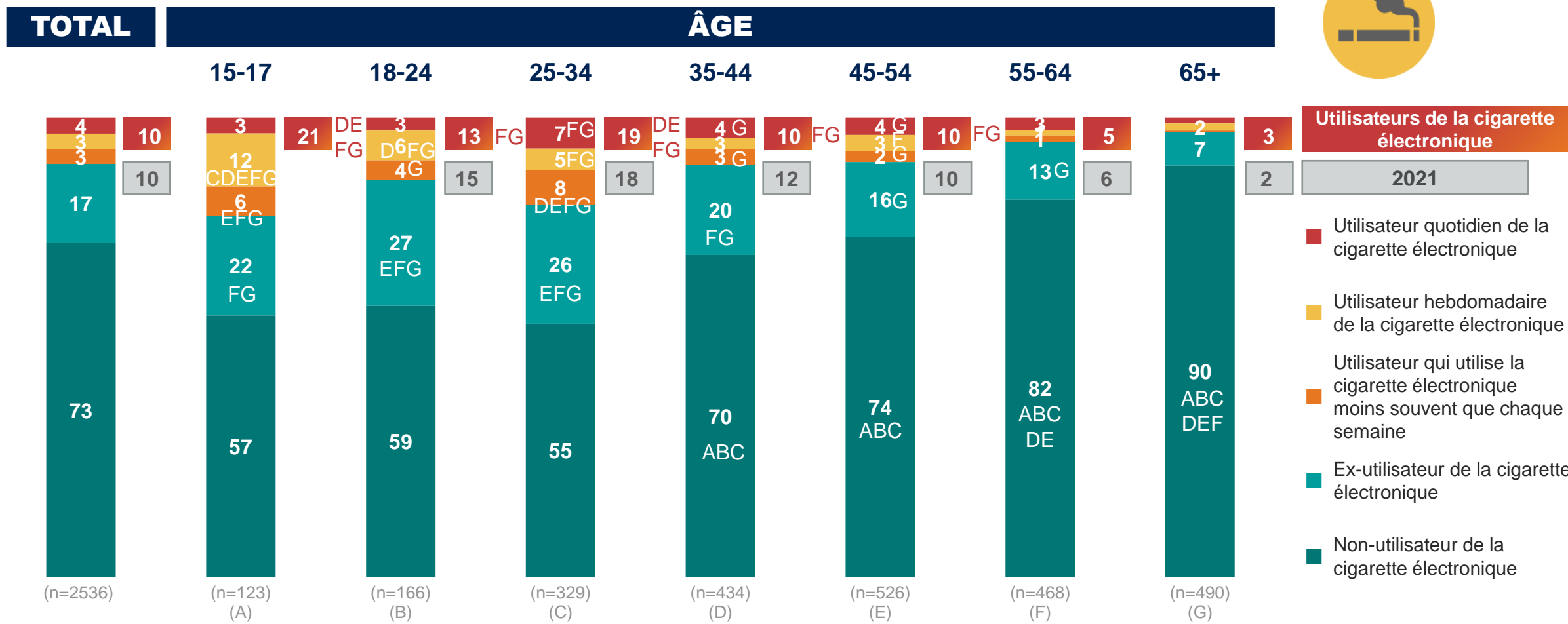
Nous constatons que les hommes sont légèrement plus nombreux à vapoter et que les gens vapotent davantage à Bruxelles, par rapport à la Flandre et à la Wallonie.

APERÇU DU COMPORTEMENT DE VAPOTEUR | RÉPARTITION SELON LE SEXE ET LA RÉGION



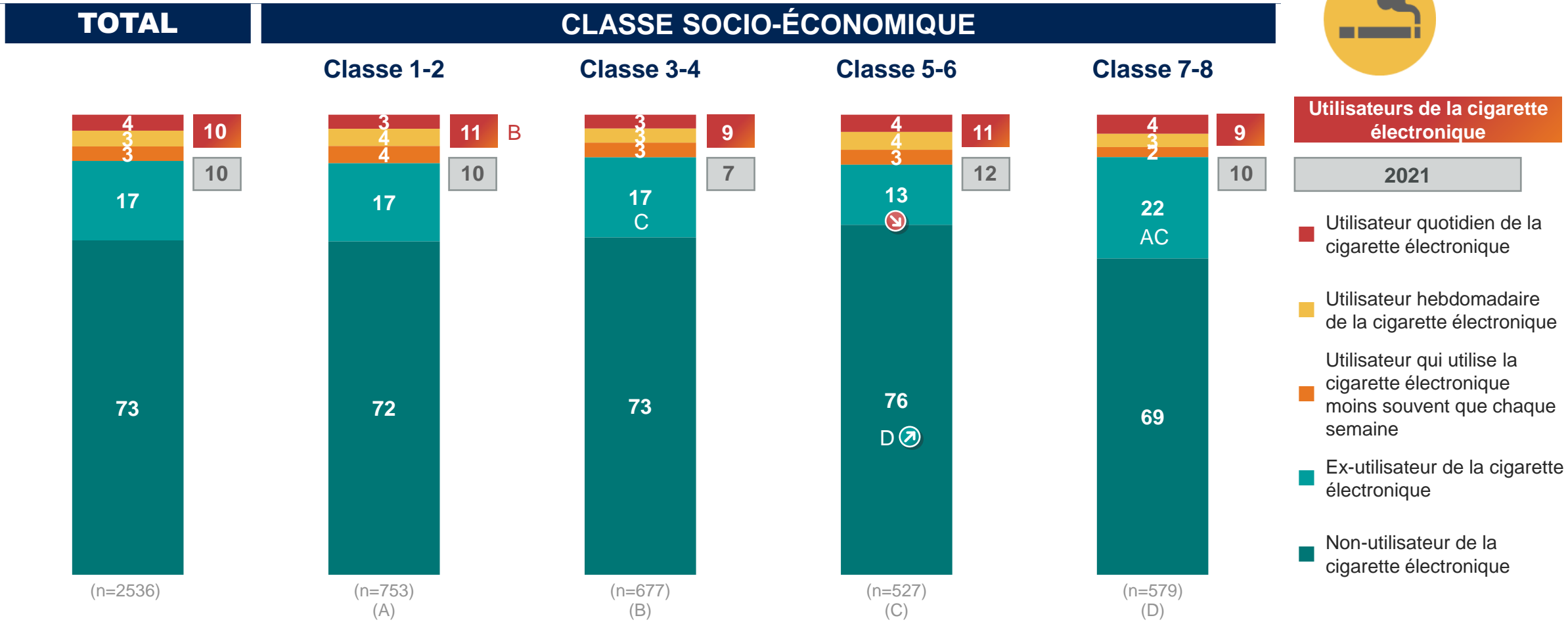
Le vapotage est plus populaire dans la tranche d'âge 15-34 ans (avec un groupe plus important d'ex-utilisateurs). Le vapotage n'est rien pour les plus de 65 ans.

APERÇU DU COMPORTEMENT DE VAPOTEUR | RÉPARTITION SELON L'ÂGE



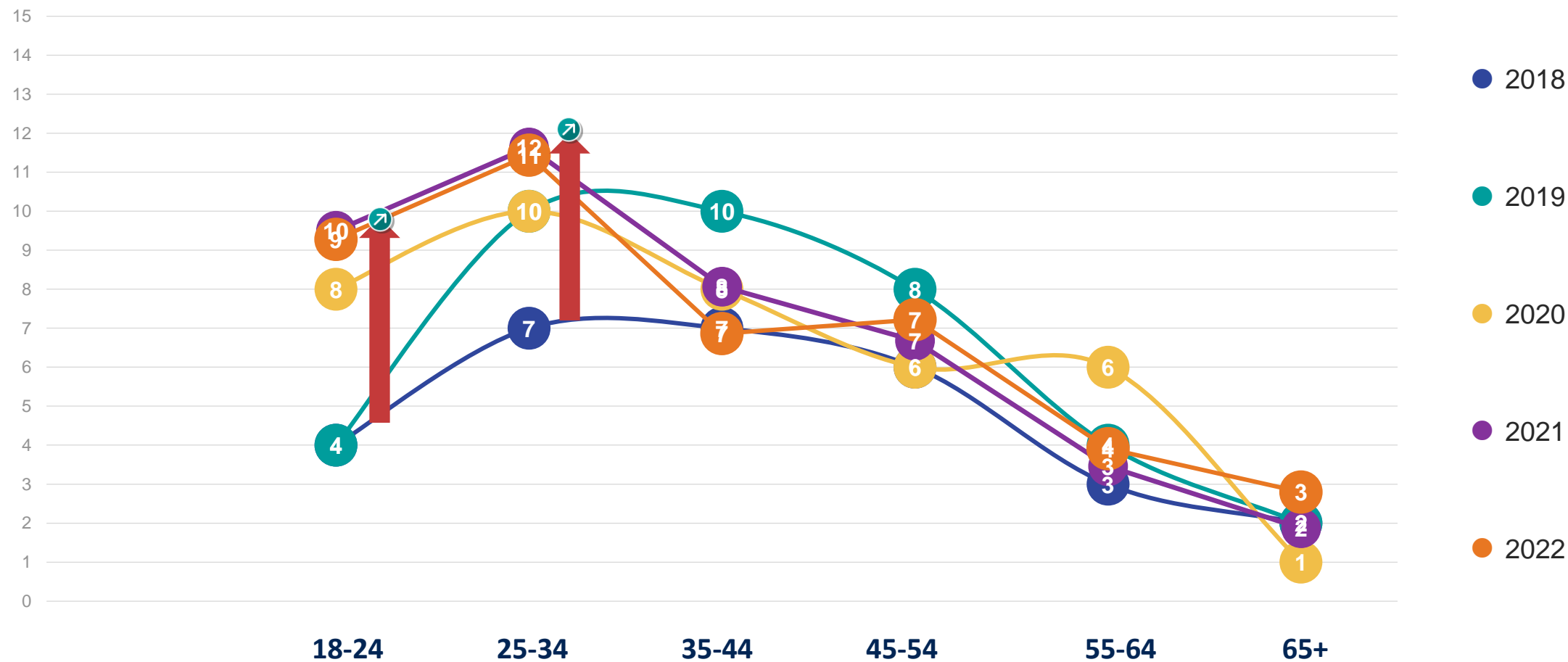
Davantage d'ex-utilisateurs de la cigarette électronique dans la classe socio-économique 7-8.

APERÇU DU COMPORTEMENT DE VAPOTEUR | RÉPARTITION SELON LA CLASSE SOCIO-ÉCONOMIQUE



Le nombre de vapoteurs hebdomadaires dans la tranche d'âge 18-34 ans est en ligne avec 2021 (alors qu'il y avait une augmentation significative par rapport à 2018). Dans les autres groupes d'âge, cette situation reste assez stable.

APERÇU: VAPOTER AU MOINS UNE FOIS PAR SEMAINE | RÉPARTITION SELON L'ÂGE – EVOLUTION '18 – '22



Il y a surtout une double utilisation (indépendamment de la tranche d'âge). L'afflux de non-fumeurs est très limité.

APERÇU: VAPOTER AU MOINS UNE FOIS PAR SEMAINE | RÉPARTITION SELON LE COMPORTEMENT DE FUMEUR

*Petit échantillon	TOTAAL	LEEFTIJD						
	(n=157)	15-17 (n=18)*	18-24 (n=14)*	25-34 (n=31)*	35-44 (n=27)*	45-54 (n=36)*	55-64 (n=18)*	65+ (n=13)*
% vapoteurs qui vapotent au moins une fois par semaine (total)	7	NA	NA	11	7	7	NA	NA
Les personnes qui n'ont pas fumé et utilisé de nicotine avant de vapoter	1	NA	NA	0	0	0	NA	NA
Ex-fumeur (arrêté de fumer)	26	NA	NA	17	28	28	NA	NA
Double utilisation (vapoter et fumer)	73	NA	NA	83	72	72	NA	NA

La préférence (chez 58 % des Belges) va à la cigarette électronique avec de la nicotine. 33 % d'entre eux déclarent avoir complètement changé (ils n'étaient que 17 % en 2020). La perception de la nocivité relative par rapport au tabagisme n'a pas changé depuis 2020.

UTILISATION DE LA CIGARETTE ÉLECTRONIQUE










% VAPOTEURS



10%



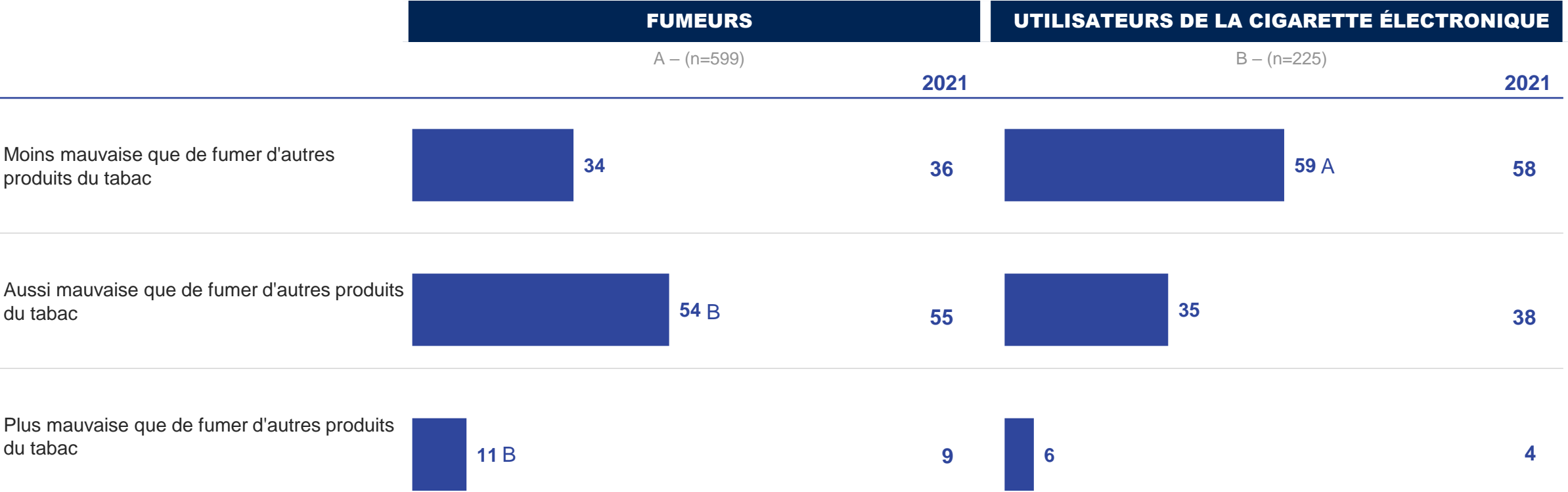
2021: 10%

TYPE DE CIGARETTE ÉLECTRONIQUE ?				COMPLÈTEMENT CHANGÉ ?				CIGARETTE ÉLECTRONIQUE : MAUVAISE ?			
2021 2020				2021 2020				2021 2020			
Avec de la nicotine		58	53	55	Complètement changé		33	25 ↗ 17	Moins mauvaise que de fumer d'autres produits du tabac		59 58 54
Sans nicotine		28	33	29	Pas complètement changé (combinaison avec d'autres produits du tabac)		61	69 75	Aussi mauvaise que de fumer d'autres produits du tabac		35 38 40
Les deux		14	14	16	Je n'ai jamais utilisé d'autres produits du tabac		6	6 8	Plus mauvaise que de fumer d'autres produits du tabac		6 4 6



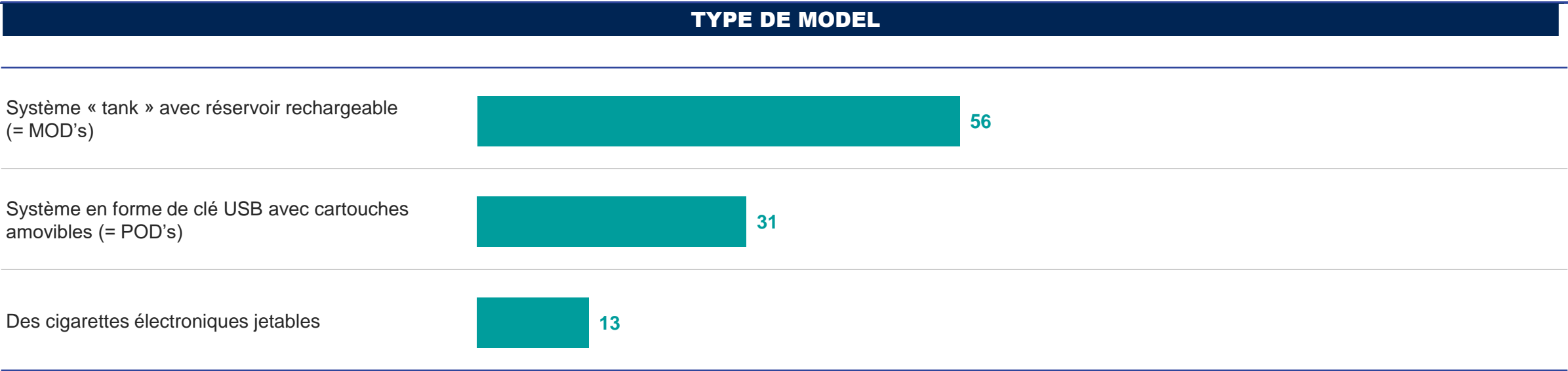
Il n'en reste pas moins que de nombreux fumeurs (65%) considèrent que les cigarettes électroniques sont tout autant ou plus nocives que les classiques, alors que ce n'est pas le cas. Parmi les utilisateurs de la cigarette électronique, ils sont environ 41% à penser de la sorte. Cette situation est similaire à celle de 2021.

NOCIVITÉ DE LA CIGARETTE ÉLECTRONIQUE




Le modèle le plus utilisé de cigarette électronique, est celui avec réservoir rechargeable (=MOD's).

TYPE DE CIGARETTE ÉLECTRONIQUE




En ce qui concerne le sexe et la région, il n’y a pas de réelles différences.

TYPE DE CIGARETTE ÉLECTRONIQUE | RÉPARTITION PAR SEXE ET RÉGION

	TOTAL	SEXE		RÉGION		
	(n=225)	Homme (n=121) – (A)	Femme (n=104) – (B)	Flandre (n=100) – (C)	Bruxelles-Capitale (n=33)* – (D)	Wallonie (n=92) – (E)
Système « tank » avec réservoir rechargeable (= MOD's)	56	59	50	54	47	62
Système en forme de clé USB avec cartouches amovibles (= POD's)	31	31	32	29	39	30
Des cigarettes électroniques jetables	13	10	18	17	15	8


Les 45-54 ans utilisent un peu plus de cigarettes électroniques jetables que les 25-44 ans.

TYPE DE CIGARETTE ÉLECTRONIQUE | RÉPARTITION PAR ÂGE

	TOTAL	ÂGE						
	(n=225)	15-17 (n=26)* – (A)	18-24 (n=21)* – (B)	25-34 (n=51) – (C)	35-44 (n=40)* – (D)	45-54 (n=49)* – (E)	55-64 (n=24)* – (F)	65+ (n=14)* – (G)
Système « tank » avec réservoir rechargeable (= MOD's)	56	45	24	64	61	62	62	66
Système en forme de clé USB avec cartouches amovibles (= POD's)	31	37	42	31	37	18	29	24
Des cigarettes électroniques jetables	13	19	34	5	2	19 CD	9	10

Les utilisateurs de la classe sociale 5-6 utilisent un peu plus de cigarettes électroniques avec des cartouches coulissantes (= POD) par rapport aux utilisateurs de la classe sociale 7-8.

TYPE DE CIGARETTE ÉLECTRONIQUE | RÉPARTITION PAR CLASSE SOCIO-ÉCONOMIQUE

	TOTAL	CLASSE SOCIO-ÉCONOMIQUE			
	(n=225)	Classe 1-2 (n=68) – (A)	Classe 3-4 (n=56) – (B)	Classe 5-6 (n=49)* – (C)	Classe 7-8 (n=52) – (D)
Système « tank » avec réservoir rechargeable (= MOD's)	56	58	53	49	64
Système en forme de clé USB avec cartouches amovibles (= POD's)	31	26	35	42 D	21
Des cigarettes électroniques jetables	13	15	12	9	15

La cigarette électronique était principalement utilisée (34 % des ex-utilisateurs) comme un outil pour arrêter de fumer ou par curiosité (31%). Parmi les utilisateurs actuels, les raisons de l'utilisation sont plus diverses. Seuls 22% d'entre eux citent « pour arrêter de fumer » comme raison.

RAISONS POUR LESQUELLES LA CIGARETTE ÉLECTRONIQUE EST UTILISÉE

	UTILISATEURS DE LA CIGARETTE ÉLECTRONIQUE			
	EX-UTILISATEURS (n=416) – (A)	2021	UTILISATEURS ACTUELS (n=225) – (B)	2021
Pour arrêter de fumer	<div><div></div></div> 34 B	38	<div><div></div></div> 22	27
Simplement par curiosité ou parce que j'aime la vapeur produite	<div><div></div></div> 31 B	28	<div><div></div></div> 19	17
Pour fumer moins	<div><div></div></div> 25	28	<div><div></div></div> 36 A	32
Parce que c'est moins mauvais pour la santé que fumer de façon classique	<div><div></div></div> 16	20	<div><div></div></div> 35 A	31
Pour fumer dans les situations ou les endroits où il est interdit de fumer	<div><div></div></div> 10	10	<div><div></div></div> 19 A	23
Parce que c'est meilleur marché que fumer de façon classique	<div><div></div></div> 7	9	<div><div></div></div> 21 A	19
Autre raison	<div><div></div></div> 4	6	<div><div></div></div> 4	6

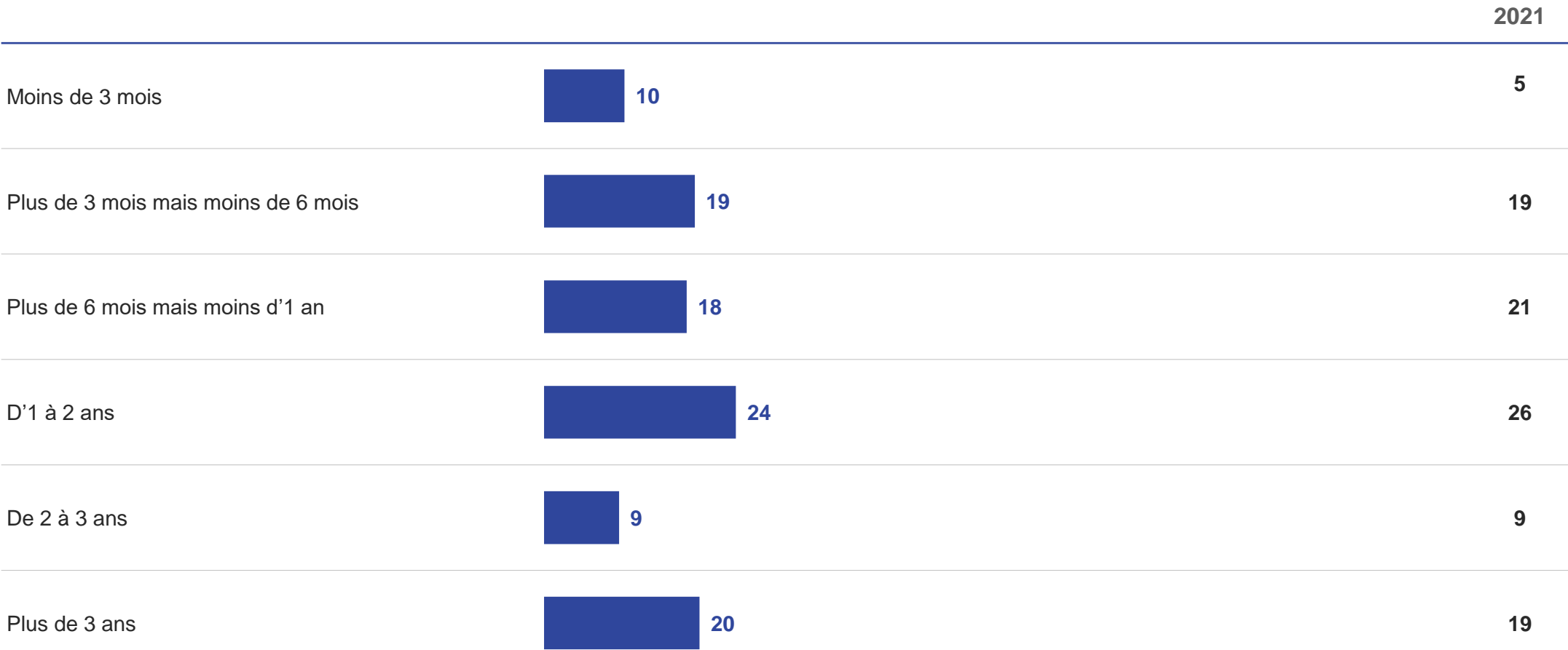
Ceux qui vapotent préfèrent les saveur fruitées. Il en a été de même en 2021.

PRÉFÉRENCE DE SAVEUR DE LA CIGARETTE ÉLECTRONIQUE CHEZ LES UTILISATEURS DE LA CIGARETTE ÉLECTRONIQUE



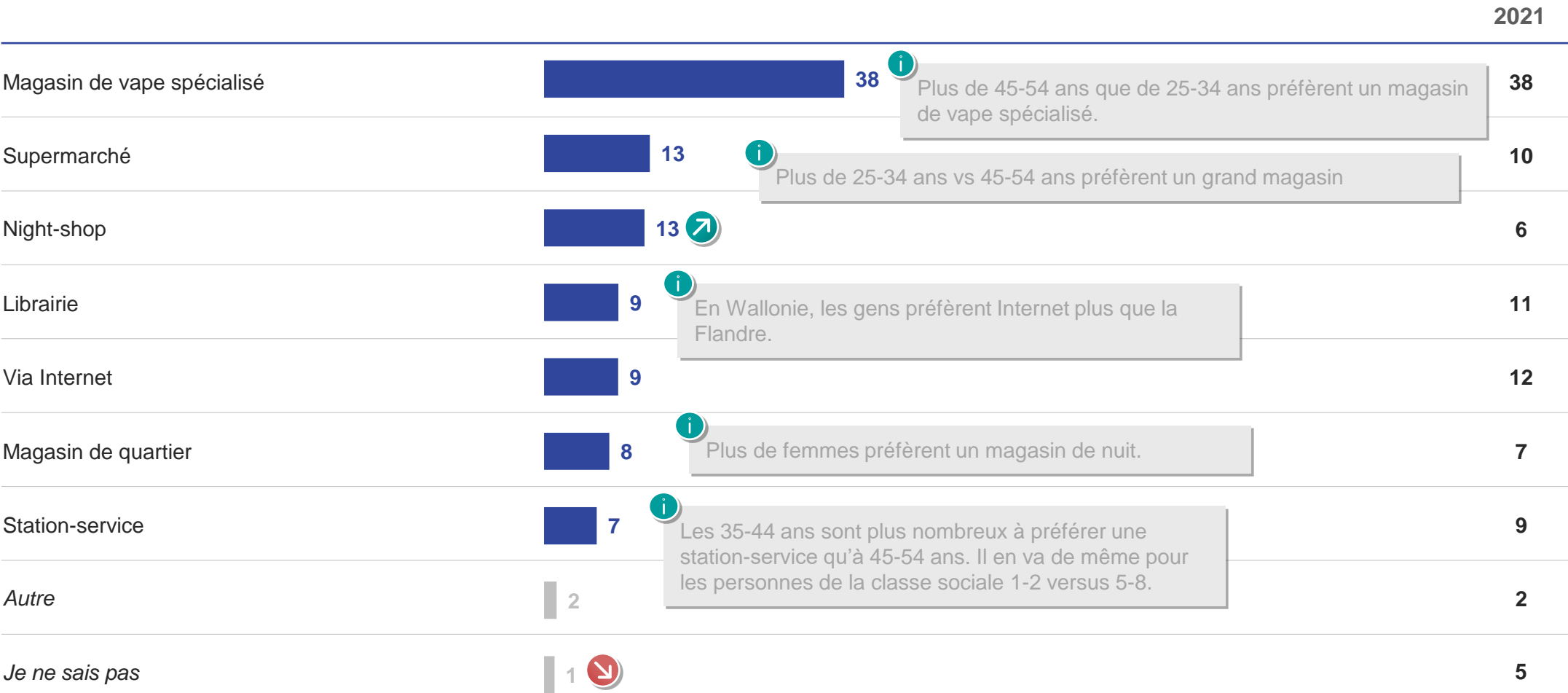
Il est assez courant de combiner la cigarette électronique avec d'autres produits du tabac pendant une période assez longue.

COMBINAISON DE LA CIGARETTE ÉLECTRONIQUE AVEC D'AUTRES PRODUITS DU TABAC | PÉRIODE D'UTILISATION



Le magasin de vape est l'endroit par excellence où acheter une cigarette électronique.

L'ENDROIT OÙ L'ON A ACHETÉ SA DERNIÈRE CIGARETTE ÉLECTRONIQUE



CESSER DE VAPOTER



5



Fondation contre le cancer

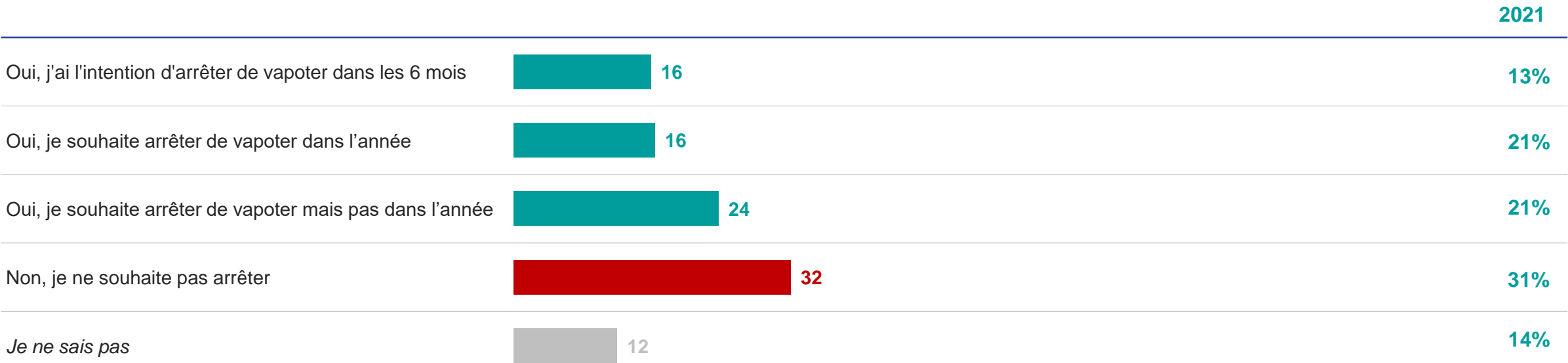
56 % des vapoteurs ont l'intention d'arrêter devapoter. La tendance revient vers le niveau de 2021.
32% veulent arrêter au moins dans l'année.

L'INTENTION DE CESSER DE VAPOTER

% SOUHAITE CESSER DE VAPOTER



QUAND ARRÊTER DE VAPOTER ?



Le nombre de vapoteurs qui ont tenté d'arrêter devapoter (41 %) reste au même niveau (inférieur) qu'en 2021. Il s'agissait principalement d'une seule tentative. Après 3 mois, 39 % ont déjà recommencé à vapoter.

TENTATIVE D'ARRÊTER DE VAPOTER AU COURS DES 2 DERNIÈRES ANNÉES

% TENTATIVE D'ARRÊTER DE VAPOTER



41%

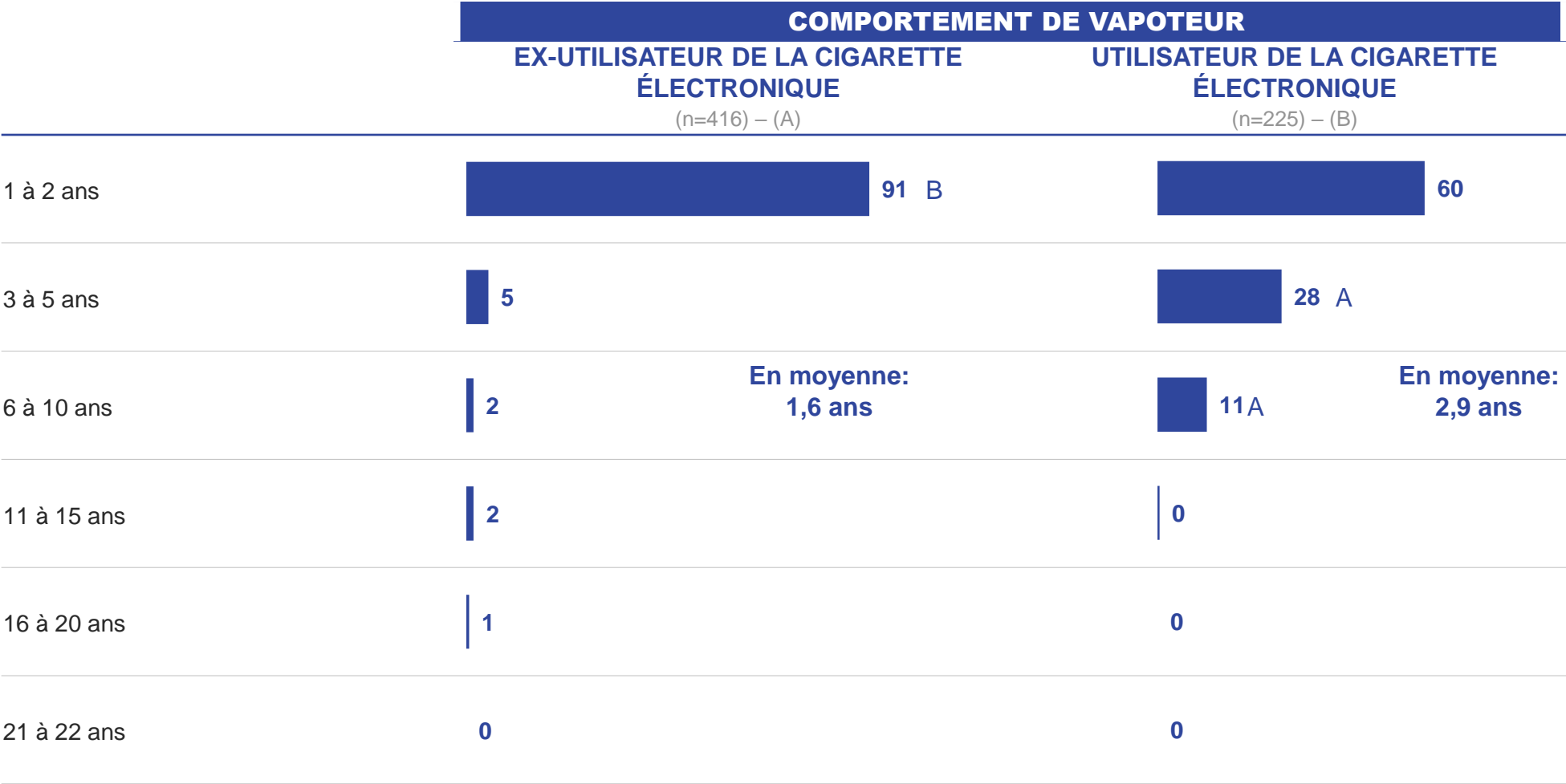


2021: 41%
2020: 48%

NOMBRE DE TENTATIVES			LA COVID-19 : UNE RAISON D'ARRÊTER DE VAPOTER ?			PÉRIODE SANS VAPOTER		
(n=160)			(n=160)			(n=160)		
2021			2021			2021		
1 fois	41	38%	Oui, c'était la raison principale	33	29%	Moins d'une semaine	14	14%
2 fois	28	24%	Oui, mais pas la raison principale	22	23%	Entre une semaine et 3 mois	29	25%
3 fois	18	20%	Non, aucune raison d'arrêter	44	48%	Entre 3 et 6 mois	18	23%
4 fois ou plus	4	7%	La pandémie du corona était la principale raison pour laquelle les hommes en particulier ont arrêté de fumer (41 %).			Entre 6 mois et un an	10	9%
Je ne sais pas	10	11%				Plus d'un an	29	30%

91 % des ex-utilisateurs ne vapotaient pas depuis plus de 2 ans. Les vapoteurs actuels le font depuis 3 ans en moyenne.

LA PÉRIODE DE VAPOTAGE



ESPACES NON-FUMEURS

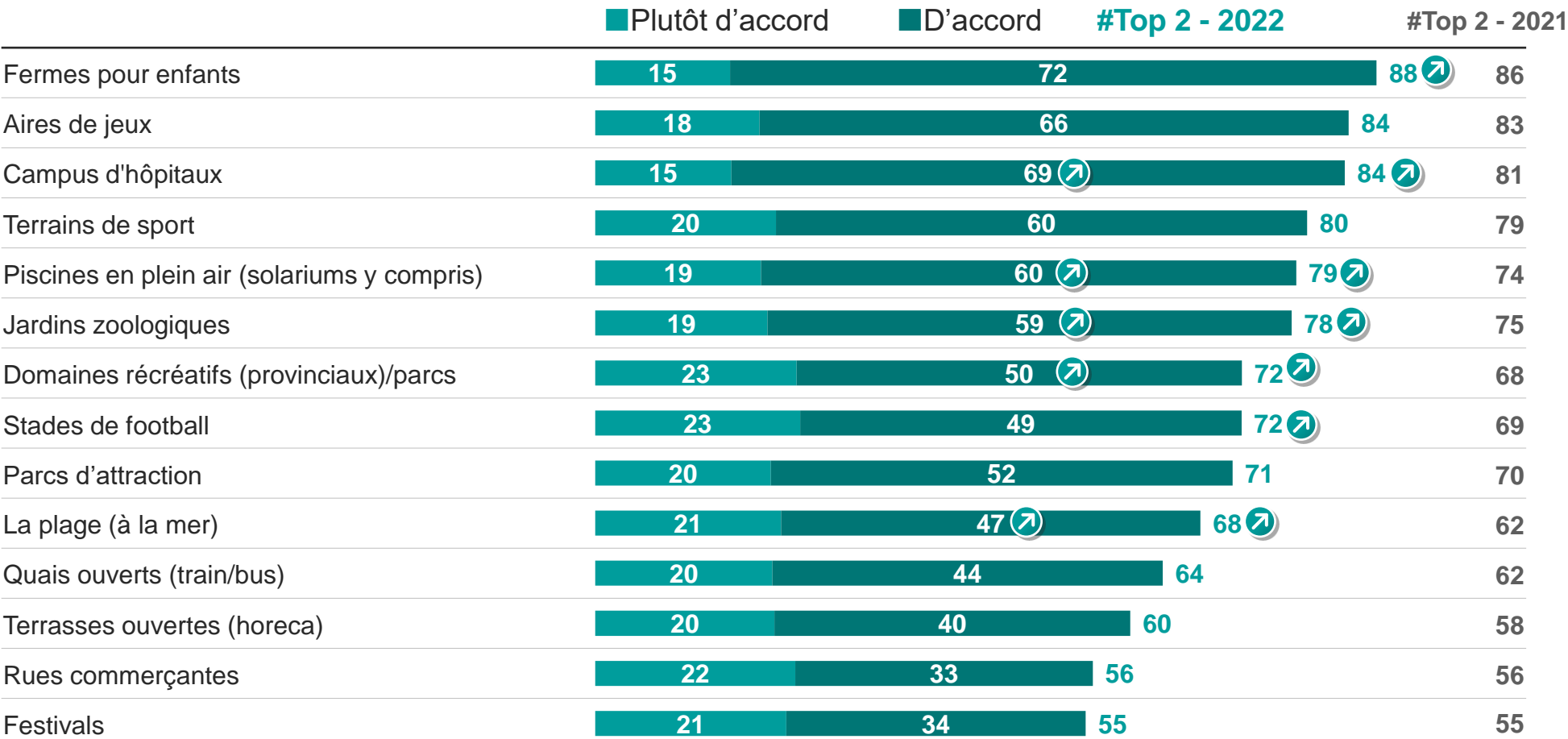
6



Fondation contre le cancer

Les répondants sont fermement convaincus (> 80 % d'accord) que les fermes pour enfants, les aires de jeux et les campus d'hôpitaux devraient être des espaces non-fumeurs (dans la lignée des années précédentes). Augmentations significatives pour les environnements légèrement plus actifs (piscine en plein air, jardins zoologiques et domaines récréatifs) et la plage.

ENVIRONNEMENTS SANS TABAC



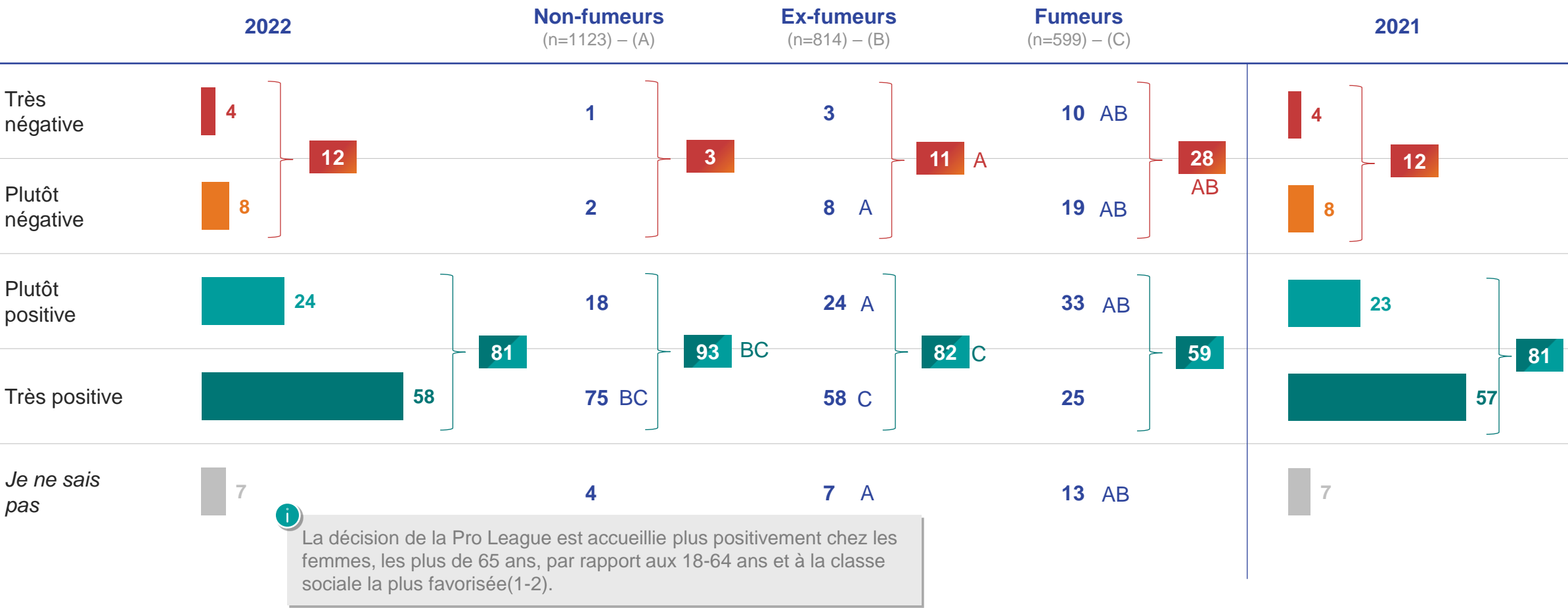
4 fumeurs sur 5 sont d'accord avec les espaces non-fumeurs dans les fermes pour enfants (significativement moins que les non-fumeurs et les ex-fumeurs). En revanche, ils ont beaucoup plus de mal lorsqu'il s'agit de festivals, de terrasses ouvertes (horeca) et de rues commerçantes.

ESPACES NON-FUMEURS - % TOP 2 (D'ACCORD + PLUTÔT D'ACCORD)

	TOTAL	FUMEURS		
	(n=2536)	NON-FUMEURS (n=1103) – (A)	EX-FUMEURS (n=812) – (B)	FUMEURS (n=612) – (C)
Fermes pour enfants	88	91 C	88 C	80
Aires de jeux	84	90 BC	86 C	72
Campus d'hôpitaux	84	91 BC	85 C	72
Terrains de sport	80	86 BC	81 C	67
Piscines en plein air (solariums y compris)	79	87 BC	81 C	61
Jardins zoologiques	78	88 BC	81 C	58
Domaines récréatifs (provinciaux)/parcs	72	84 BC	74 C	50
Stades de football	72	82 BC	74 C	53
Parcs d'attraction	71	83 BC	73 C	49
La plage (à la mer)	68	80 BC	71 C	43
Quais ouverts (train/bus)	64	78 BC	66 C	36
Terrasses ouvertes (horeca)	60	78 BC	60 C	29
Rues commerçantes	56	68 BC	57 C	32
Festivals	55	69 BC	56 C	30

Les stades non-fumeurs sont (toujours) très soutenus par les non-fumeurs et les anciens fumeurs. Ce phénomène est plus prononcé chez les femmes, les plus de 65 ans et la classe socio-économique la plus favorisée..

DÉCISION DE LA PRO LEAGUE CONCERNANT LES STADES NON FUMEURS (STATE OF PLAY)



6 Belges sur 10 (et 3 non-fumeurs sur 4) sont favorables à l'arrêt de la vente de produits du tabac dans les chaînes de magasins.

L'ARRÊT DE LA VENTE DE PRODUITS DU TABAC DANS LES CHAÎNES DE MAGASINS

			2021 (n=3036)	Non-fumeurs (n=1272) – (A)	Ex-fumeurs (n=950) – (B)	Fumeurs (n=778) – (C)
Oui	<div><div></div></div> 59	<div><div></div><div>Par rapport aux Flamands, les Bruxellois et les Wallons sont plus d'accord qu'il faudrait arrêter la vente de produits du tabac dans les chaînes de magasins. C'est aussi le cas dans les classes sociales plus favorisées.</div></div>	58	75 BC	59 C	31
Non	<div><div></div></div> 22	<div><div></div><div>Les hommes et les 55-64 ans (par rapport aux 18-44 ans) sont plus en désaccord avec cela.</div></div>	24	9	21 A	48 AB
Je ne sais pas	<div><div></div></div> 18		18	15	20 A	22 A

Les Belges (72%) sont séduits par l'idée d'imposer certaines obligations aux producteurs de tabac (paiement d'une taxe pour les coûts liés au tabagisme, communication d'un message des autorités). L'augmentation de l'âge minimum pour la vente de produits du tabac bénéficie également d'un soutien (croissant). Et déjà 44 % soutiennent la nouvelle idée d'une interdiction générationnelle de fumer.

DISPONIBILITÉ / VISIBILITÉ DES PRODUITS DU TABAC (% DES 2 PREMIERS)

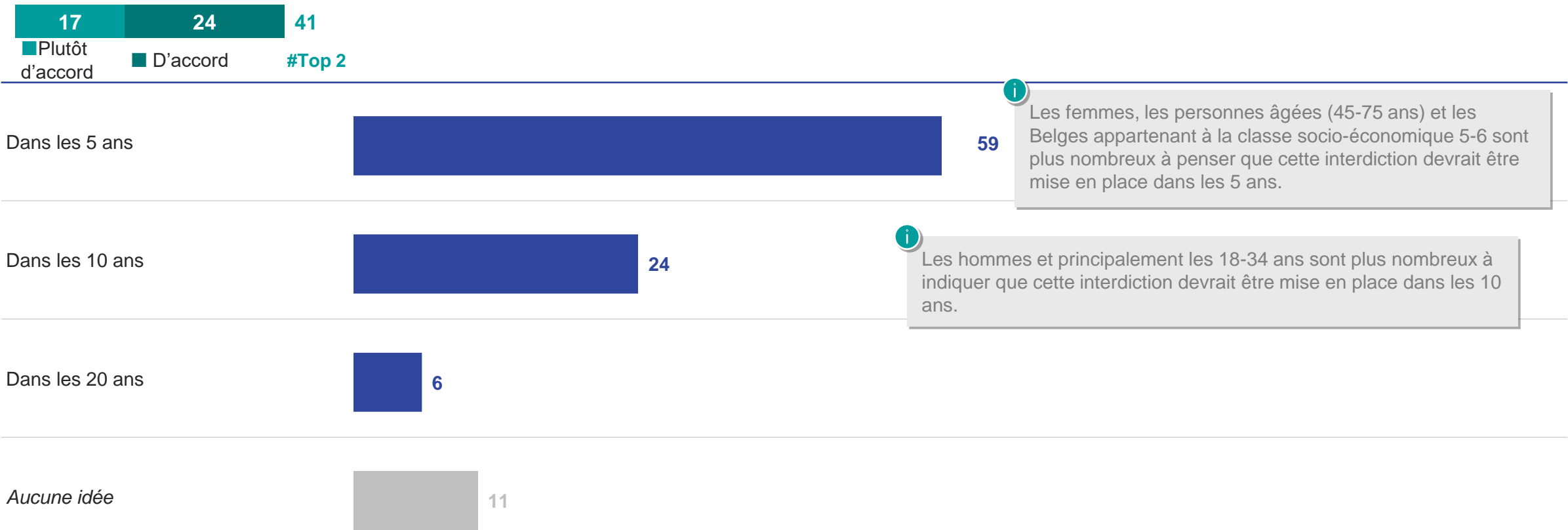
	Plutôt d'accord	D'accord	#Top 2 - 2022	#Top 2 - 2021
Les fabricants de tabac doivent être obligés de payer une taxe pour couvrir les coûts liés au tabagisme	23	50	72	71
Les fabricants de tabac doivent être obligés de communiquer un message des autorités à l'intérieur de l'emballage des produits du tabac	25	45	71 ↗	68
Les articles de tabac ne doivent pas être exposés à la vue de tous dans le magasin	24	40	63	61
Les espaces fumeurs (fumeurs) dans les hôpitaux doivent être supprimés	15	46	62	60
Il faut relever l'âge à partir duquel l'achat de produits du tabac est autorisé : de 18 ans, il doit passer à 21 ans	20	41	61 ↗	58
Il faudrait interdire les distributeurs automatiques de cigarettes	17	40	58	56
Le tabac à rouler devrait être aussi cher que la cigarette	18	38	56	54
Le prix du paquet de cigarettes doit augmenter	16	40	55	54
En Belgique, il existe de nombreux points de vente de produits de tabac. Le nombre de points de vente devrait être réduit	20	34	53	52
La vente de sachets de nicotine devrait être totalement interdite.	19	32	51	NA
Les espaces fumeurs (fumeurs) dans l'horeca doivent être supprimés	16	33	49	47
Les espaces fumeurs (fumeurs) dans le lieu de travail doivent être supprimés	15	31	46 ↗	43
L'âge pour l'achat de produits du tabac doit passer à 25 ans	15	30	45	NA
Il devrait y avoir une interdiction générationnelle de vente.	16	28	44	NA
La vente de produits du tabac devrait être totalement interdite	17	24	41	40

40 % des Belges sont favorables à une interdiction totale de la vente de produits du tabac, 6 sur 10 estimant que cette interdiction devrait être réalisée à court terme, c'est-à-dire dans un délai de 5 ans.

OPINION SUR LE DÉLAI DE L'INTERDICTION



“La vente de produits du tabac devrait être totalement interdite”



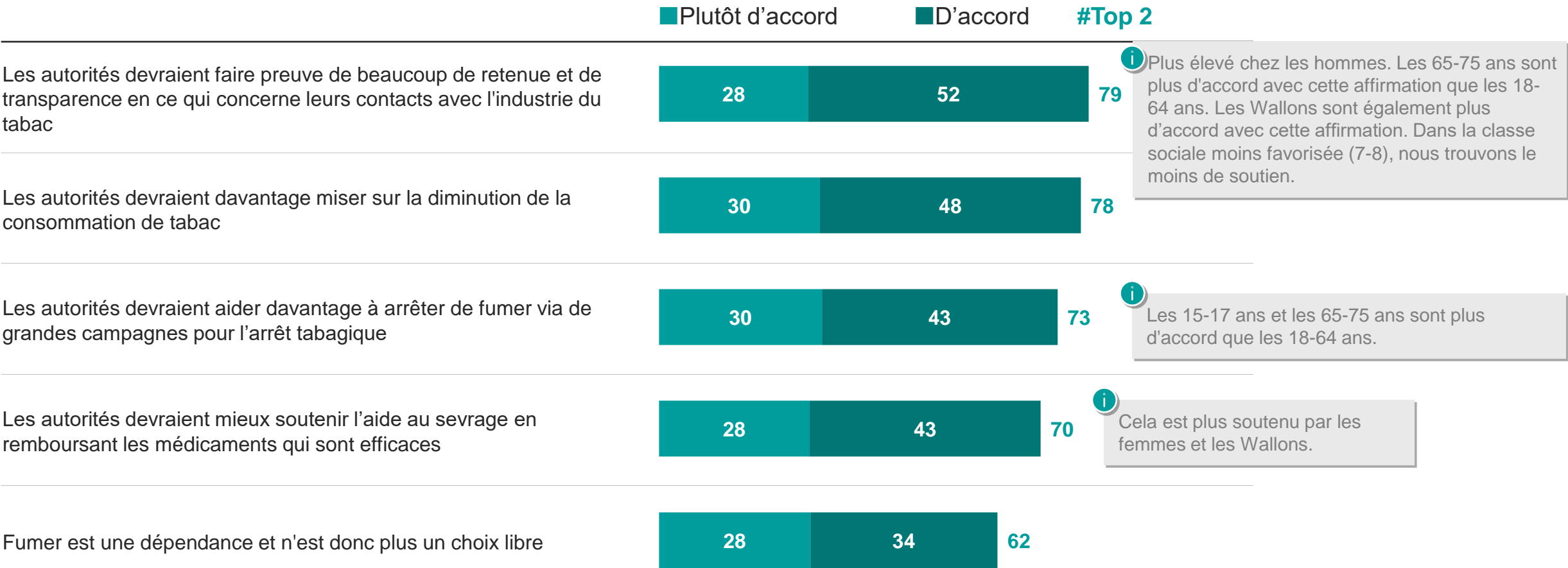
Les non-fumeurs sont plus fortement convaincus des mesures possibles pour lutter contre le tabagisme que les (ex-)fumeurs. Les ex-fumeurs sont également plus convaincus que les fumeurs actuels.

DISPONIBILITÉ / VISIBILITÉ DES PRODUITS DU TABAC (% TOP 2)

	FUMEURS		
	NON-FUMEURS (n=1123) – (A)	EX-FUMEURS (n=814) – (B)	FUMEURS (n=599) – (C)
Les fabricants de tabac doivent être obligés de payer une taxe pour couvrir les coûts liés au tabagisme	81 BC	75 C	54
Les fabricants de tabac doivent être obligés de communiquer un message des autorités à l'intérieur de l'emballage des produits du tabac	80 BC	71 C	54
Les articles de tabac ne doivent pas être exposés à la vue de tous dans le magasin	75 BC	63 C	42
Les espaces fumeurs (fumeurs) dans les hôpitaux doivent être supprimés	69 C	68 C	41
Il faut relever l'âge à partir duquel l'achat de produits du tabac est autorisé : de 18 ans, il doit passer à 21 ans	67 BC	59	54
Il faudrait interdire les distributeurs automatiques de cigarettes	69 BC	62 C	32
Le tabac à rouler devrait être aussi cher que la cigarette	70 BC	58 C	29
Le prix du paquet de cigarettes doit augmenter	72 BC	60 C	21
En Belgique, il existe de nombreux points de vente de produits de tabac. Le nombre de points de vente devrait être réduit	69 BC	52 C	28
La vente de sachets de nicotine devrait être totalement interdite.	59 C	55 C	33
Les espaces fumeurs (fumeurs) dans l'horeca doivent être supprimés	60 BC	51 C	27
Les espaces fumeurs (fumeurs) dans le lieu de travail doivent être supprimés	57 BC	49 C	24
L'âge pour l'achat de produits du tabac doit passer à 25 ans	51 BC	43 C	36
Il devrait y avoir une interdiction générationnelle de vente.	51 BC	42 C	35
La vente de produits du tabac devrait être totalement interdite	50 BC	40 C	25

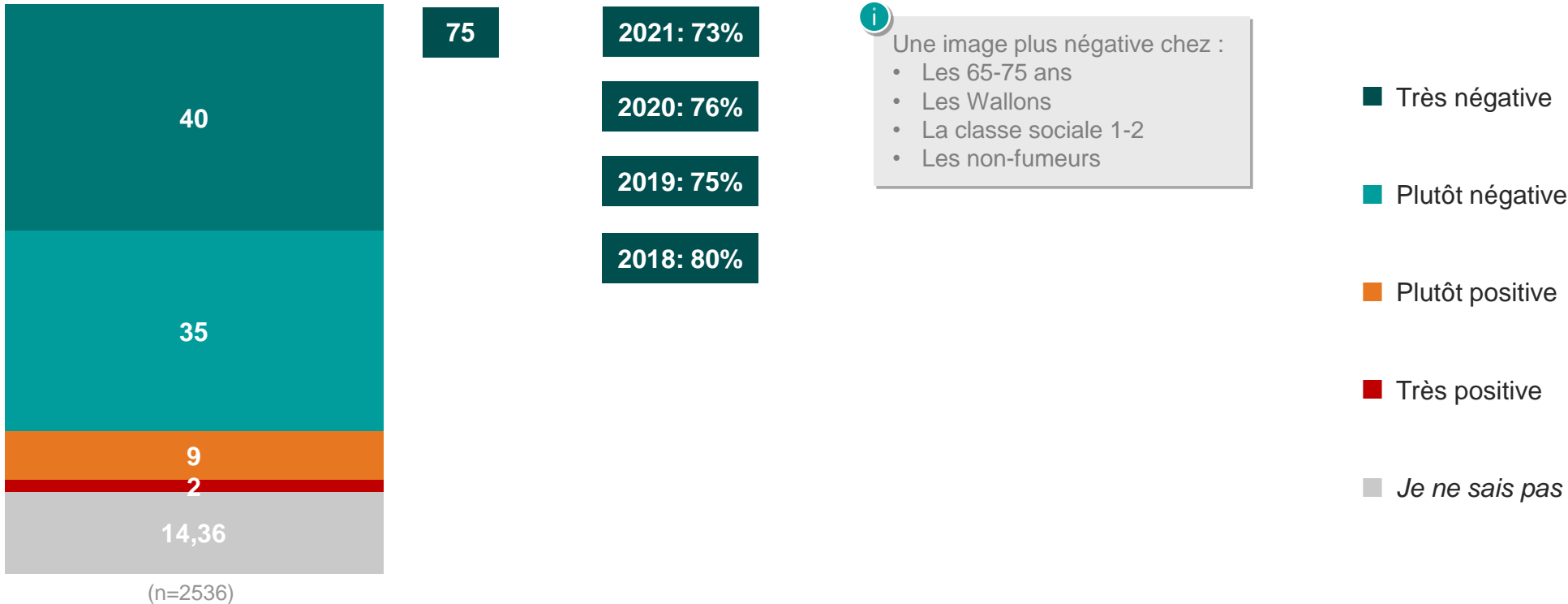
Il y a (toujours) un fort désir de transparence en ce qui concerne les contacts des autorités avec l'industrie du tabac et d'un plus grand engagement (surtout chez les 65+) dans la lutte contre le tabagisme.

AUTRES MESURES GOUVERNEMENTALES (% TOP 2)



Les Belges sont toujours négatifs envers l'industrie du tabac (même niveau qu'en 2021, mais toujours plus bas qu'en 2018).

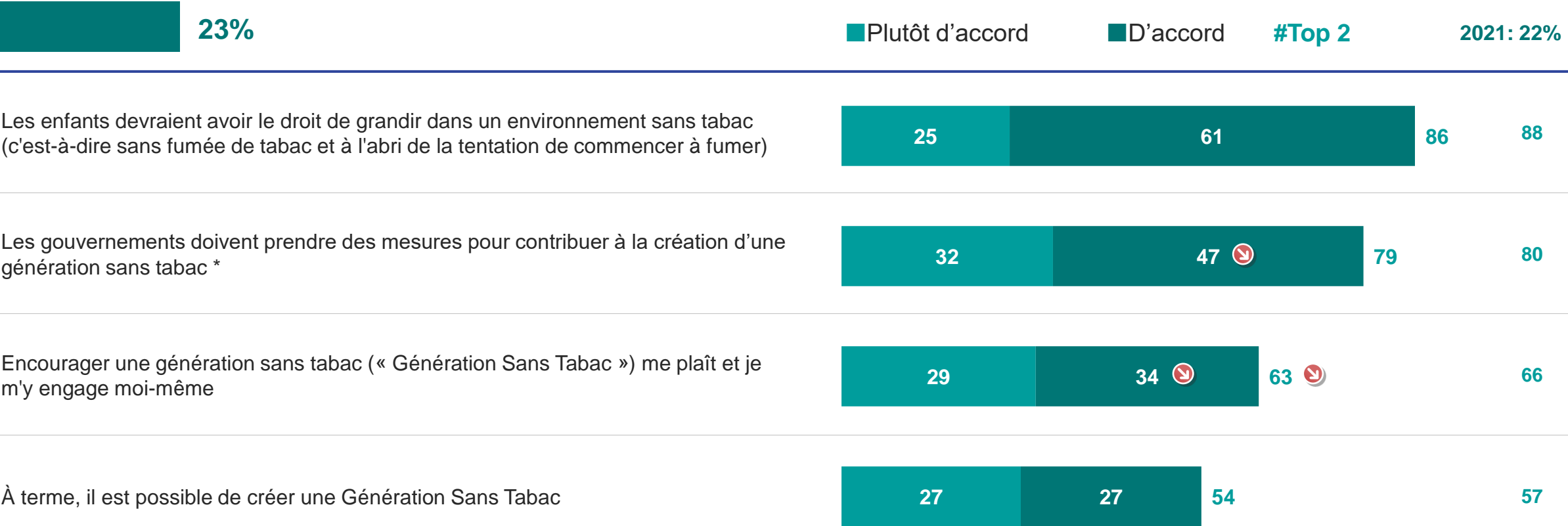
OPINION SUR L'INDUSTRIE DU TABAC



1 personne sur 4 dit connaître la Génération Sans Tabac. Il est tout à fait clair (88 %) que les enfants devraient pouvoir grandir dans un environnement sans tabac. La volonté de s’y engager soi-même connaît (à nouveau) une légère baisse.

GÉNÉRATION SANS TABAC

% CONNAISSANCE DE LA GÉNÉRATION SANS TABAC



Les femmes sont plus d'accord sur le droit de grandir dans un environnement sans tabac et la nécessité d'encourager une génération sans tabac, mais considèrent qu'il est moins réaliste d'y parvenir effectivement.

OPINION SUR LA GÉNÉRATION SANS TABAC (% TOP 2) | RÉPARTITION PAR SEXE & RÉGION

	SEXE		RÉGION		
	Homme (n=1232) – (A)	Femme (n=1304) – (B)	Flandre (n=1472) – (C)	Bruxelles-Capitale (n=256) – (D)	Wallonie (n=808) – (E)
Les enfants devraient avoir le droit de grandir dans un environnement sans tabac (c'est-à-dire sans fumée de tabac et à l'abri de la tentation de commencer à fumer)	84	89 A	86	89	86
Les gouvernements doivent prendre des mesures pour contribuer à la création d'une génération sans tabac *	77	80	77	81	80
Encourager une génération sans tabac (« Génération Sans Tabac ») me plaît et je m'y engage moi-même	60	66 A	58	68 C	70 C
À terme, il est possible de créer une Génération Sans Tabac	57 B	52	50	61 C	60 C

Les plus de 65 ans sont plus convaincus du droit de grandir dans un environnement sans tabac.

OPINION SUR LA GÉNÉRATION SANS TABAC (% TOP 2) | RÉPARTITION PAR ÂGE

	ÂGE						
	15-17	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+
	(n=104) – (A)	(n=264) – (B)	(n=393) – (C)	(n=418) – (D)	(n=446) – (E)	(n=378) – (F)	(n=533) – (G)
Les enfants devraient avoir le droit de grandir dans un environnement sans tabac (c'est-à-dire sans fumée de tabac et à l'abri de la tentation de commencer à fumer)	88 B	78	84	86 B	89 BC	86 B	90 BCD
Les gouvernements doivent prendre des mesures pour contribuer à la création d'une génération sans tabac *	84 E	81	79	79	75	77	80 E
Encourager une génération sans tabac (« Génération Sans Tabac ») me plaît et je m'y engage moi-même	70 EF	64	66 E	68 EFG	60	57	62
À terme, il est possible de créer une Génération Sans Tabac	57	53	56	58 F	54	51	52

PUBLICITÉS POUR LES PRODUITS DE NICOTINE

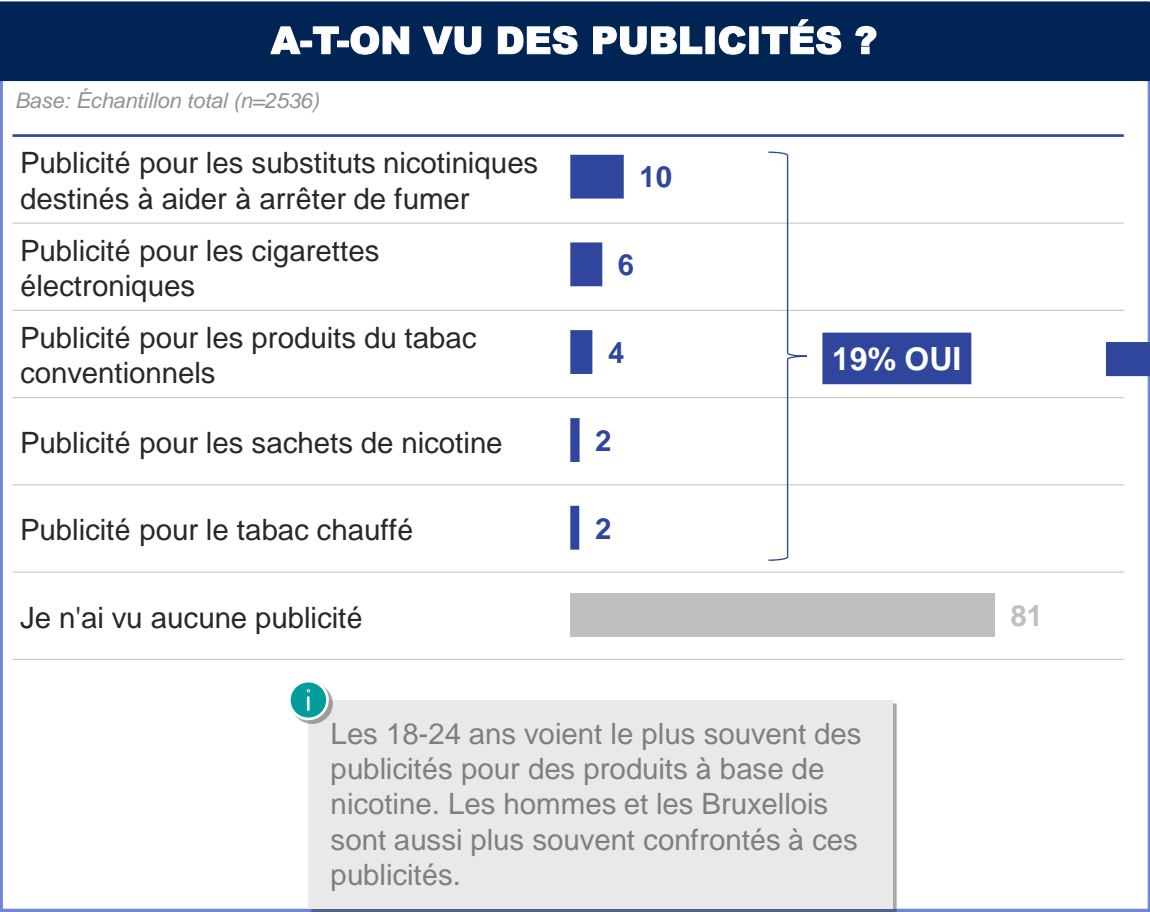
7



Fondation contre le cancer

19% disent avoir vu des publicités pour des produits à base de nicotine (principalement sur les substituts nicotiniques pour arrêter de fumer). Ce chiffre est plus élevé chez les 18-24 ans. L'internet (médias sociaux, sites web) et les librairies sont les principaux endroits où l'on a vu ces publicités.

PUBLICITÉ POUR LES PRODUITS À BASE DE NICOTINE



CONNAISSANCE DES DÉCHETS DE CIGARETTES (ÉLECTRONIQUES)

8



Fondation contre le cancer

La connaissance du fait qu'un filtre n'est pas biodégradable est (encore plus) en baisse.

CONNAISSANCE DE CIGARETTES ET DE CENDRIERS DE POCHE

% CONNAISSANCE DU FILTRE NON BIODÉGRADABLE



49

i Connaissance plus élevée chez les hommes, les 18-24 ans (vs 15-17 et 45-64 ans), les 25-44 et 65-75 ans (vs 15-17), les Wallons vs Flamands, les classes sociales 1-2 vs 7-8.

i La connaissance est également plus élevée chez les fumeurs et les ex-fumeurs par rapport aux non-fumeurs.

2021: 52%

2020: 55%

% CONNAISSANCE DES CENDRIERS DE POCHE



54

i Les connaissances sont plus élevées chez les 65-75 ans (par rapport aux 15-54 ans) et chez les 25-34 ans et les 45-64 ans (par rapport aux 15-17 ans). La connaissance des cendriers de poche est la plus élevée chez les Wallons et les fumeurs.

2021: 53%

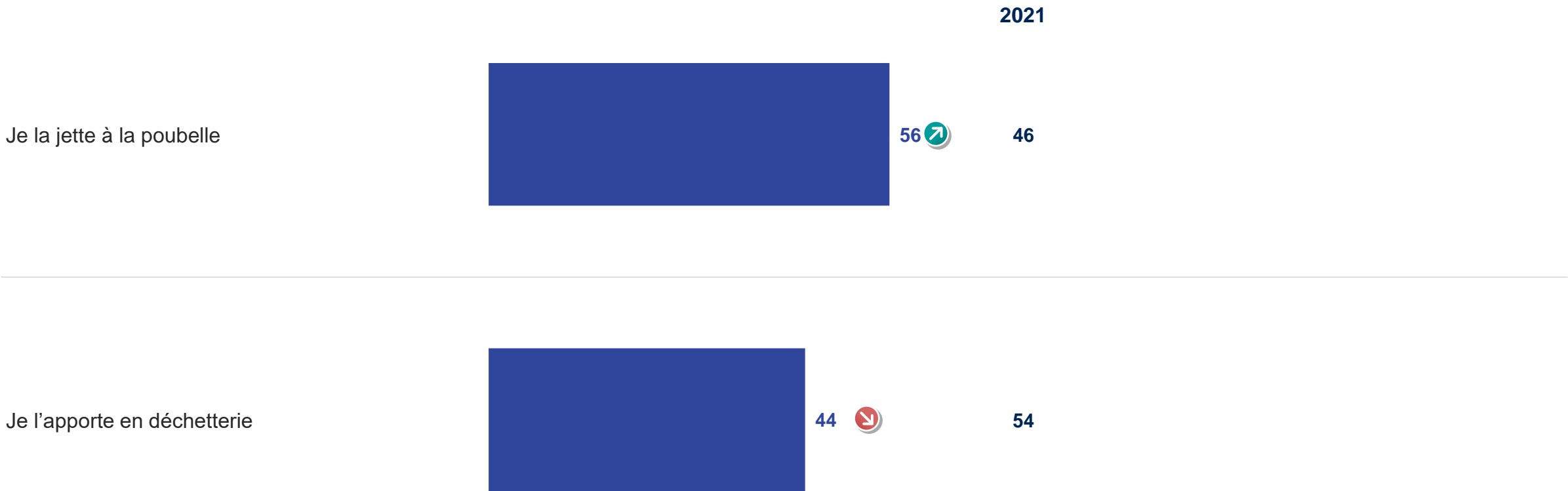
2020: 56%

Une cigarette électronique cassée est moins susceptible d'être apportée en déchetterie (45 %) qu'en 2021, et davantage de personnes (56 %) la jettent simplement à la poubelle.

L'HABITUDE DE JETER LES CIGARETTES ÉLECTRONIQUES CASSÉES



Que faites-vous avec votre cigarette électronique si elle est casée ou si vous ne l'utilisez plus ?



CONCLUSIONS

9



Fondation contre le cancer

CONCLUSIONS

1

Tendance à la baisse du nombre de fumeurs (autodéclarés) depuis 2020 (mais toujours un peu élevé qu'en 2015-2019).

24 % des Belges fument (autodéclarés), dont la grande majorité (+- 3 sur 4) de façon quotidienne. Les fumeurs se trouvent principalement parmi les hommes, et à Bruxelles et en Wallonie. À partir de 55 ans, le nombre de fumeurs diminue, le plus petit groupe de fumeurs concerne les plus de 65 ans (dans ce groupe d'âge, la majorité sont des ex-fumeurs). La plupart des fumeurs sont issus de la classe socio-économique moins favorisée.

2

Les gens fument principalement des cigarettes classiques et les fumeurs se tournent aussi un peu plus vers la cigarette électronique.

2 fumeurs sur 3 optent pour des cigarettes classiques (surtout dans les classes socio-économiques favorisées). La cigarette électronique au sein des fumeurs attire principalement les hommes et les Belges de moins de 34 ans. Le tabac à rouler suit à courte distance et est particulièrement populaire parmi les classes socio-économiques moins favorisées. Le tabac est principalement acheté dans les supermarchés et dans les librairies. Les sachets de nicotine ne sont pas vraiment connus des Belges (33 % en ont entendu parler). Les Belges ne sont pas nombreux à déclarer les utiliser non plus. La consommation est plus élevée chez les 18-34 et les habitants de Bruxelles et de Wallonie

3

L'intention d'arrêter de fumer est présente, mais les gens ne voient pas l'urgence.

Parmi les Belges qui ont indiqué vouloir arrêter de fumer (62 %), seul un petit groupe (21 %) joindrait le geste à la parole et arrêterait de fumer au cours des six premiers mois. Ce chiffre est similaire à celui des années précédentes. Des interdictions supplémentaires de fumer pourraient avoir un effet sur 23 % des fumeurs.

42 % des fumeurs (fumeurs actuels et ceux qui ont récemment arrêté) ont sérieusement tenté d'arrêter de fumer. Ce chiffre est similaire à celui des années précédentes. Pour la majorité d'entre eux (64 %), ce changement n'était pas dû à la pandémie du corona (qui domine actuellement « moins » la vie). Il s'agit souvent d'une tentative, 54 % d'entre eux recommençant à fumer après trois mois maximum (comme en 2021).

CONCLUSIONS

4

Les gens comptent sur leurs propres forces lorsqu'ils arrêtent de fumer

69 % des Belges qui ont essayé d'arrêter de fumer n'ont pas utilisé d'aides externes (dispositifs) pour y parvenir. Les principales aides sont les substituts nicotiniques (principalement le patch à la nicotine) ou la cigarette électronique à la nicotine. Les plus de 55 ans ont plus souvent recours à des médicaments.

5

Le nombre de vapoteurs reste au même niveau.

11% des Belges disent vapoter, ce chiffre est resté stable au cours des 4 dernières années. Les hommes vapotent un peu plus, tout comme les Bruxellois. Le vapotage est populaire dans la tranche d'âge 15-34 ans, les vapoteurs étant légèrement plus nombreux dans la tranche 18-24 ans. Le vapotage est moins une activité quotidienne que quelque chose que les gens font chaque semaine ou moins fréquemment. Il s'agit souvent d'une double utilisation (vapoter et fumer). Le choix le plus fréquent est la cigarette électronique avec nicotine. En termes de modèle, les gens optent plus souvent pour un modèle avec réservoir rechargeable (MOD's). Les connaissances sur la nocivité relative du vapotage par rapport au tabagisme sont encore très limitées.

6

Comme l'intention d'arrêter de fumer, l'intention d'arrêter de vapoter n'est pas quelque chose de court terme.

56 % des vapoteurs ont l'intention d'arrêter, mais (comme pour les fumeurs) seul un petit groupe (16 %) le ferait dans les six premiers mois. 41 % ont effectivement tenté d'arrêter de fumer, souvent une seule tentative, et une grande partie (43 %) qui a essayé d'arrêter de vapoter rechute après 3 mois.

7

Forte conviction (chez les non-fumeurs et les ex-fumeurs) concernant les environnements sans tabac

Forte conviction (> 80 % d'accord) que les fermes pour enfants, les aires de jeux et les campus d'hôpitaux devraient être non-fumeurs (dans la lignée des années précédentes). Augmentations significatives pour les espaces légèrement plus actifs (piscine en plein air et domaines récréatifs) et la plage. Cette conviction est la plus forte chez les non-fumeurs, et chez les ex-fumeurs par rapport aux fumeurs actuels (conformément à 2021). En ce qui concerne les stades de football sans tabac, il y a (toujours) un très fort soutien.

CONCLUSIONS

8

L'obtention et la visibilité des produits du tabac doivent respecter des règles plus strictes.

Les Belges (72 %) sont séduits par l'idée d'imposer certaines obligations aux producteurs de tabac (payer le coût lié au tabagisme, communication d'un message des autorités). En ce qui concerne l'augmentation de l'âge minimum pour la vente de produits du tabac, nous constatons également une (légère) augmentation significative.

41 % des Belges sont favorables à une interdiction totale de la vente de produits du tabac, dont 6 sur 10 pensent que cela devrait être réalisé à court terme et plus spécifiquement dans les 5 ans. Il y a (toujours) un fort désir d'avoir plus de transparence sur les contacts des autorités avec l'industrie du tabac et de plus d'efforts pour lutter contre la consommation de tabac (surtout chez les 65+). Dans l'ensemble, les Belges (75 %) restent négatifs à l'égard de l'industrie du tabac.

9

Les connaissances sur la Génération sans tabac ne change pas.

1 personne sur 4 dit connaître la Génération sans tabac. Il est tout à fait clair que les enfants doivent pouvoir grandir dans un environnement sans tabac. La volonté de s'y engager soi-même connaît (à nouveau) une légère baisse. Les femmes sont plus d'accord sur ce droit et la nécessité d'encourager une génération sans tabac, mais considèrent qu'il est moins réaliste d'y parvenir effectivement.

10

1 personne sur 5 a vu une publicité pour des produits à base de nicotine.

19 % des Belges disent avoir vu des publicités pour des produits à base de nicotine (principalement sur les substituts nicotiniques pour arrêter de fumer). Ce chiffre est plus élevé chez les 18 à 24 ans. L'internet (réseaux sociaux, sites web) et les librairies sont les principaux endroits où les gens sont confrontés à la publicité pour les produits à base de nicotine.

11

Les cigarettes électroniques utilisées ne sont pas toujours recyclées correctement.

La majorité (56 %) jette les cigarettes électroniques utilisées ou cassées à la poubelle au lieu de les recycler correctement. La connaissance (49 %) de la non-biodégradabilité d'un filtre dans une cigarette continue de diminuer.

THANK YOU!

TIM DAELEMANS

Research Consultant

✉ Tim.daelemans@ipsos.com

☎ +32 9 216 22 70

KAAT VAN DEN ABEELE

Research Executive

✉ Kaat.VandenAbeele@ipsos.com

☎ +32 92 16 22 02



Fondation contre le cancer

GAME CHANGERS



**BE
SURE.
MOVE
FASTER.**

GAME CHANGERS



ABOUT IPSOS

Ipsos is the third largest market research company in the world, present in 90 markets and employing more than 18,000 people.

Our research professionals, analysts and scientists have built unique multi-specialist capabilities that provide powerful insights into the actions, opinions and motivations of citizens, consumers, patients, customers or employees. Our 75 business solutions are based on primary data coming from our surveys, social media monitoring, and qualitative or observational techniques.

“Game Changers” – our tagline – summarizes our ambition to help our 5,000 clients to navigate more easily in our deeply changing world.

Founded in France in 1975, Ipsos is listed on the Euronext Paris since July 1st, 1999. The company is part of the SBF 120 and the Mid-60 index and is eligible for the Deferred Settlement Service (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA,
Bloomberg IPS:FP
www.ipsos.com

GAME CHANGERS

In our world of rapid change, the need for reliable information to make confident decisions has never been greater.

At Ipsos we believe our clients need more than a data supplier, they need a partner who can produce accurate and relevant information and turn it into actionable truth.

This is why our passionately curious experts not only provide the most precise measurement, but shape it to provide True Understanding of Society, Markets and People.

To do this we use the best of science, technology and know-how and apply the principles of security, simplicity, speed and substance to everything we do.

So that our clients can act faster, smarter and bolder.
Ultimately, success comes down to a simple truth:
You act better when you are sure.