

## Synthèse publiable du rapport final

|                                               |                                                                                             |
|-----------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Titre du projet</b>                        | Formes et Effet du Lobbying des Industriels du Tabac et de leurs Alliés en France (FELITAF) |
| <b>Coordonnateur scientifique du projet</b>   | Karine GALLOPEL-MORVAN<br>EHESP, laboratoires ARENES CNRS 6051 et<br>INSERM U1309 RSMS      |
| <b>Référence de l'appel à projets (année)</b> | Appel à projets de Lutte contre le Tabagisme - 2018                                         |

### 1) Contexte et objectifs du projet

Malgré les efforts déployés en France pour lutter contre le tabagisme (plans, lois, etc.), la prévalence reste élevée (23% de fumeurs quotidiens en 2024). Comprendre les raisons de cette situation est important. En 2012, la Cour des Comptes pointait du doigt le lobbying fort des industriels du tabac et des buralistes (ITB). FELITAF se focalise sur ce sujet.

FELITAF est le 1er projet de recherche en France réalisé sur la thématique du lobbying des ITB contre la hausse des taxes qui mobilise des méthodes scientifiques. Les objectifs étaient de 1/ recenser les arguments et stratégies de lobbying déployées par l'ITB pour toucher les élus français ; 2/ identifier les spécificités de la France (à partir de la littérature) 3/ analyser si les arguments utilisés par l'ITB pour contrer la hausse des taxes sont connus et assimilés par des élus puis par l'opinion publique en France.

### 2) Méthodologies utilisées

Différentes méthodes ont été mobilisées : 1/ études documentaires : analyse sur 20 ans de la presse professionnelle de l'ITB, des documents parlementaires en lien avec les hausses des taxes et de la presse généraliste française ; 2/ études mixtes qualitative et quantitative menées auprès de décideurs / politiques français (députés, sénateurs, maires) et des Français (pour comparer les perceptions et croyances des élus et de l'opinion publique).

### 3) Principaux résultats

Les 3 études documentaires montrent une similitude entre les stratégies de lobbying et les arguments contre la hausse des taxes identifiés en France et ceux mis en évidence dans les modèles conceptuels de l'activité politique des industriels du tabac, révélant une standardisation des techniques de lobbying au niveau international. Toutefois, des arguments spécifiques au contexte français (achats transfrontaliers, rôle social des buralistes pour préserver le dynamisme des zones rurales), principalement diffusés par les buralistes (apparaissant comme des porte-parole de l'industrie du tabac) ont également été identifiés. Cela traduit une certaine adaptation des stratégies de l'ITB lorsque le contexte est spécifique (monopole des ventes de tabac en France, buralistes agents de douane ayant accès aux organes gouvernementaux) et que certains acteurs ont une meilleure image que l'industrie du

tabac (ce qui est le cas des buralistes en France). Les 3 enquêtes réalisées auprès des élus et des Français révèlent que les arguments identifiés dans les études documentaires pour contrer la hausse des taxes influencent les croyances et leurs perceptions en défaveur de cette mesure. Elles montrent également que les buralistes ont globalement une bonne image parmi ces publics, et une meilleure image que l'industrie du tabac.

#### **4) Impacts potentiels de ces résultats**

Notre projet a permis d'enrichir les modèles théoriques sur ce sujet en identifiant les spécificités du lobbying mené par l'ITB en France contre une mesure très efficace pour réduire la prévalence : la hausse des taxes. Sur le plan de la santé publique, FELITAF fournit des pistes d'actions aux acteurs de la santé (dénoncer, plus intervenir dans les médias généralistes, informer les élus sur la désinformation, cibler les journalistes, etc.) en les éclairant sur les tactiques et arguments de lobbying des acteurs économiques.