



Les entreprises face au tabac

Rubrique : actualités - Date : lundi 15 janvier 2007

A la Une du PARISIEN ECONOMIE « Les entreprises face au tabac ». Le journal assure en pages intérieures que « La lutte contre la nicotine fait un tabac dans les entreprises » et que « certaines sociétés ont fait le choix d'aider les accros à la nicotine à arrêter le tabac ». Rappelant que dans moins de 15 jours l'entreprise va devenir un lieu sans tabac et que si les entreprises ne sont pas équipées de fumeurs aux normes, les salariés vont devoir sortir dans la rue pour fumer, le journal évoque le risque pour l'entreprise de voir un tiers de ses salariés passer plus de temps sur le trottoir que dans les bureaux, avec du coup des programmes d'aide au sevrage qui se sont multipliés. Le Parisien économie qui note que selon un sondage, 9% des dirigeants ont mis en oeuvre des actions d'aide au sevrage, précise que ce sont surtout de grosses entreprises, parmi lesquelles 33% d'entreprises de 100 à 249 salariés et 34% d'entreprises de plus de 250 salariés. Donnant plusieurs exemples, l'hebdo mentionne Adecco où le budget s'élève à 20 000 euros, et qui à côté des actions diverses, a ouvert une ligne téléphonique dédiée aux 1800 salariés fumeurs (37% des effectifs) et gérée par des tabacologues. Un point aussi sur Futur Télécom qui s'est acheté les services du centre Allen Carr pour un séminaire au coût de 330 euros par participant et un résultat mitigé avec moins de 50% de réussite, alors que pour sa part le Crédit Foncier a fait appel au centre No smoking pour un séminaire de sept séances à l'issue duquel le salarié s'engage à ne pas fumer pendant un mois. D'après le journal, 21% des entreprises se disent intéressées par un accompagnement des salariés, et les spécialistes du sevrage s'attendent à une envolée de la demande, ainsi le laboratoire Pfizer (substituts nicotiques) qui a vu le trafic exploser sur son site où il propose une méthodologie pour devenir une entreprise sans tabac. « A ce jour 250 entreprises se sont inscrites. C'est évidemment un vecteur de promotion non négligeable pour nos produits » déclare le chef de produit Nicorette. **En encadré l'économiste Pierre Kopp explique « qu'un salarié fumeur coûte très cher à l'employeur ».** Selon lui, de plus en plus d'entreprises « veulent se donner une image d'entreprise citoyenne » en se préoccupant de la santé de leurs salariés, mais ajoute-t-il « elles ont tout intérêt à le faire. Un salarié fumeur coûte en effet très cher ». Indiquant qu'en laissant fumer le salarié, l'entreprise risque de se retrouver un jour devant les tribunaux car elle a une obligation de sécurité vis à vis de ses employés, l'économiste précise que par ailleurs selon une étude américaine, un fumeur « peut coûter jusqu'à 4000 euros par an » à l'employeur en raison de la perte de productivité constatée chez les accros qui « multiplient les pauses cigarettes » et « sont aussi plus souvent absents pour cause de maladie ». Pierre Kopp qui évoque aussi les surcoûts des primes d'assurance, les risques d'incendie et la dégradation des locaux causée par la fumée, estime que la baisse de productivité peut peut-être s'accroître à court terme quand les salariés sortiront fumer sur le trottoir mais que « beaucoup devront limiter leur consommation, voire arrêter s'il ne veulent pas être mal vus ». Et de conclure « Au final, l'entreprise et surtout le fumeur qui aura réussi à arrêter seront gagnants ».