* Вкус и приемлемая цена формируют лояльность потребителя к сигаретам определенной марки. Если «своих» сигарет нет в наличии, 38% приобретут сигареты, которые пробовали раньше, в то время как 42% респондентов отправятся за «своей» маркой в другой магазин. Лишь 2% посоветуются с продавцом или выберут сигареты с привлекательным дизайном пачки.
* Не все меры антитабачной кампании в России одинаково эффективны, считает курящая часть населения. К числу наиболее эффективных мер респонденты отнесли повышение акцизов, ведущее, соответственно, к увеличению цены на сигареты. Этот шаг со стороны государства заставил задуматься о вреде курения и снизить его интенсивность почти треть россиян (33%).

При этом 83% респондентов сообщили, что на интенсивность их курения и решение бросить эту привычку никак не повлияли ограничение на показ сцен с сигаретами в кинофильмах, 78% отметили в этом контексте продажу сигарет в закрытых витринах, 77% и 60% - запрет рекламы сигарет и курение в общественных местах соответственно.

* По данным Минздрава России, около 30 процентов взрослого населения страны — заядлые курильщики. Более половины мечтают отказаться от сигарет, сорок процентов — пытались бросить курить в течение последнего года. Удалось это очень немногим: пяти процентам.
* Более 70 процентов потребителей табака хотели бы бросить курить, около 40 процентов предпринимают ежегодные попытки. В среднем курильщик пытается избавиться от зависимости от шести до девяти раз.