

Lettre thématique : « Tabac et Cinéma »

- **Tabagisme dans les films et initiation au tabagisme chez les adolescents : une revue systématique et méta-analyse.**

Leonardi-Bee J, Nderi M, Britton J. Smoking in movies and smoking initiation in adolescents: systematic review and meta-analysis. Addiction. 2016 Oct;111(10):1750-63. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/27043456/>

Prévenir le tabagisme chez les jeunes est un objectif majeur de santé publique. L'exposition à la représentation du tabagisme dans les films est associée à une probabilité plus élevée de devenir fumeur chez les adolescents. Néanmoins, l'ampleur de cet effet n'a pas été clairement définie. Les auteurs de cet article ont mené une revue systématique et méta-analyse d'études transversales et longitudinales, afin de fournir des estimations synthétiques de l'effet de l'exposition au tabagisme dans les films sur la consommation ultérieure de tabac chez les adolescents.

A partir des bases de données Medline, Embase, PsycInfo et IBSS (International Bibliography of the Social Sciences), ils ont inclus toutes les études épidémiologiques comparatives (transversales et de cohorte) portant sur la relation entre l'exposition aux scènes de tabagisme dans les films et l'initiation au tabagisme chez les adolescents de 10 à 19 ans.

Ils ont évalué la qualité des études selon la *Newcastle-Ottawa Quality Assessment Scale*, un score ≥ 6 signifiant une qualité élevée.

Des méta-analyses utilisant la méthode des effets aléatoires ont été menées afin d'estimer l'impact de l'effet de l'exposition au tabagisme dans les films sur l'initiation au tabagisme chez les adolescents.

17 études ont ainsi été sélectionnées, dont neuf études transversales et huit longitudinales. L'âge des participants variait de 7 à 19 ans. L'effectif médian de l'échantillon des études incluses était de 4919 pour les études transversales et 2298 pour les études longitudinales.

La majorité des études estimaient l'exposition au tabagisme par le calcul du nombre de scènes de tabagisme dans chaque film visionné par les participants. La mesure de l'exposition était le plus souvent classifiée en quantiles.

Dans les études transversales, le résultat principal était « avoir déjà essayé de fumer ». Dans les études longitudinales, il s'agissait de l'initiation au tabagisme chez les adolescents qui avaient déclaré n'avoir jamais fumé au début de l'enquête.

Toutes les études longitudinales ainsi que 7 des 9 études transversales ont été évaluées comme étant de haute qualité. Les auteurs n'ont pas retrouvé de preuve de biais de publication dans les études transversales.

Les méta-analyses portant sur les 9 études transversales ont montré qu'une exposition plus importante au tabagisme dans les films était significativement associée au fait d'essayer de fumer (risque relatif [RR] = 1.93, Intervalle de confiance [IC] 95% = 1.66 – 2.25).

Dans les études longitudinales, une exposition plus importante au tabagisme dans les films augmentait de 46% le risque de commencer à fumer (RR = 1.46; IC 95% = 1.23–1.73).

Leonardi et al. concluent que les adolescents les plus exposés aux scènes de tabagisme dans les films ont un risque de devenir fumeurs augmenté de 40% par rapport aux jeunes les moins exposés. Des mesures urgentes pour protéger les jeunes des scènes de tabagisme sont nécessaires.

- **Exposition aux publicités ou promotions du tabac et susceptibilité de devenir fumeur chez les adolescents en Chine de 2013-2014 à 2021 : résultats de l'Enquête Nationale sur le Tabac chez les Jeunes en Chine.**

Zeng X, Xiao L, Liu S. *Exposure to tobacco advertisements or promotions and smoking susceptibility among adolescents in China from 2013-14 to 2021: findings from the China National Youth Tobacco Survey. BMC Public Health. 2025 Jan 4;25(1):37. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/39755641/>*

Comparés aux adultes, les adolescents sont plus susceptibles d'être influencés par les publicités ou promotions du tabac (TAPs), ces dernières comptant pour 34.3% dans l'expérimentation du tabagisme chez les adolescents. Malgré les progrès réalisés en Chine pour réduire les TAPs, une interdiction complète n'est pas encore obtenue, en particulier au niveau des points de vente de tabac, dont un grand nombre se trouve à proximité des établissements scolaires. La prévalence du tabagisme régulier était de 5.9% et 3.9% pour les

élèves chinois du secondaire en 2013-2014 et en 2019 respectivement. Cet article évaluait l'exposition aux TAPs et la susceptibilité d'initiation au tabagisme chez les adolescents chinois, ainsi que leurs évolutions et leur association entre 2013-2014 et 2021. Les auteurs ont également cherché à examiner si cette exposition modifiait l'impact des messages anti-tabac sur la susceptibilité de devenir fumeur chez les adolescents.

Pour cela, ils ont utilisés les données de deux études transversales réalisées en milieu scolaire en Chine en 2013-2014 et 2021, et regroupant un échantillon représentatif d'élèves au niveau national et régional.

A partir d'un questionnaire papier auto-administré, des données démographiques, du statut tabagique, d'exposition aux TAPs et aux messages anti-tabac ont été recueillies.

L'exposition aux TAPs provenant de différentes sources était évaluée : points de vente de tabac, internet, films et télévision, offre gratuite de produits du tabac par une compagnie de tabac.

Les élèves qui n'avaient jamais fumé étaient considérés comme susceptibles de fumer s'ils répondaient « probablement oui » ou « certainement oui » aux deux questions suivantes : (1) « si un de tes meilleurs amis te donnait un produit du tabac, l'utiliserais-tu ? » Et (2) « à n'importe quel moment dans les 12 prochains mois, penses-tu que tu utiliseras un produit du tabac ? ».

Les covariables examinées étaient l'âge (≤ 13 ans; 14-17 ans; et ≥ 18 ans), le sexe, l'argent de poche hebdomadaire, le statut tabagique des parents et des amis proches, le fait de voir les professeurs fumer dans l'établissement, de penser qu'il est difficile d'arrêter après avoir commencé à fumer, de penser que fumer rend plus attirant, et d'avoir remarqué des messages anti-tabac au cours des 30 derniers jours.

Des analyses de régression logistiques multi-niveaux ont été conduites.

151 065 élèves de collège en 2013-2014, ainsi que 135 073 collégiens et 131 503 lycéens en 2021, ont été inclus. Les taux de réponses étaient de 95.5% ; 95.7% et 94.2% respectivement.

En 2021, 91.4% des collégiens et 90.9% des lycéens ont rapporté une exposition aux TAPs provenant d'une des 4 sources (points de vente, internet, télévision/films, offre gratuite).

Les garçons étaient plus susceptibles que les filles de rapporter une exposition aux TAPs de certaines sources comme internet ou le fait de voir des acteurs fumer dans les films ou à la télévision.

L'exposition aux TAPs augmentait avec l'argent de poche parmi les collégiens.

En 2021, collégiens et lycéens avaient une exposition élevée aux TAPs provenant des films/télévision (63.8% et 68.8%) et des points de vente (41.3% et 38.3%). Cette exposition était un peu moins importante qu'en 2013-2014 pour les collégiens.

Les analyses des élèves non-fumeurs en 2021 ont montré que 9.2% des collégiens et 12.9% des lycéens étaient susceptibles de fumer. Les élèves exposés aux TAPs (12.6% pour les collégiens et 15.8% pour les lycéens) avaient une susceptibilité plus élevée de fumer que les élèves non exposés (5.3% pour les collégiens et 8.7% pour les lycéens).

Les élèves ayant rapporté avoir remarqué des messages anti-tabac dans les médias (7.9% pour les collégiens et 11.8% pour les lycéens) avaient une susceptibilité de fumer plus faible que ceux qui n'avaient pas remarqué de tels messages (12.0% pour les collégiens et 15.0% pour les lycéens).

Entre 2013-2014 et 2021, la prévalence de la susceptibilité de fumer a diminué de 5.6% chez les collégiens, avec une diminution plus rapide chez les garçons (9.2%) que chez les filles (2.2%).

Les analyses logistiques multivariées ont montré que l'exposition aux TAPs était significativement et positivement associée à la susceptibilité de fumer (Odds ratio ajusté [AOR] = 1.67 ; Intervalle de confiance [IC] 95% = 1.52—1.82). Cette association après ajustement des covariables était retrouvée à tous les âges, avec une augmentation de la susceptibilité de fumer avec l'âge (≤ 13 ans; 14–17 ans: AOR = 1.84; IC 95% = 1.70–1.97; ≥ 18 ans: AOR = 2.66, IC 95% = 2.39–3.00).

Les messages anti-tabac réduisaient la susceptibilité de fumer (AOR = 0.60; IC 95% = 0.57–0.63). Parmi les élèves non exposés aux TAPs, la susceptibilité de fumer était plus faible chez ceux qui avaient noté les messages anti-tabac que chez ceux qui ne les avaient pas remarqués (AOR = 0.77; IC 95% = 0.73–0.82). Parmi les élèves qui avaient rapporté une exposition aux TAPs, ceux qui avaient remarqué les messages anti-tabac étaient moins susceptibles de fumer que ceux qui n'avaient pas noté ces messages (AOR = 0.86; IC 95% = 0.83–0.90). Ces résultats suggéraient que l'exposition aux TAPs diminuait les bénéfices des messages anti-tabac.

En conclusion, Zeng et al. soulignent que, malgré une diminution entre 2013-2014 et 2021, l'exposition aux publicités et promotions du tabac reste élevée chez les adolescents, qu'elle est associée positivement au risque de fumer, en particulier chez les élèves les plus jeunes, et qu'elle réduit l'efficacité des messages anti-tabac. Des programmes complets d'éducation sur le tabac devraient être intégrés aux programmes scolaires, expliquant non seulement les dangers du tabagisme mais également les stratégies marketing de l'industrie du tabac.

- **Disparités en termes d'exposition au tabac à la télévision ou sur les plateformes de streaming.**

Onyeaka HK, Chido-Amajuoyi OG, Sokale I, Ajayi KV, Evins AE, Amonoo HL, Shete S. *Disparities in Exposure to Tobacco on Television or Streaming Platforms. JAMA Netw Open.* 2024 Aug 1;7(8):e2427781. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/39172451/>

En 2023, 247 millions de personnes avaient souscrit un abonnement payant à une plateforme de streaming. Une préoccupation croissante a émergé concernant les expositions préjudiciables pour la santé publique et en particulier l'exposition aux produits du tabac, via ces contenus. L'interdiction de toute publicité et promotion de toutes les formes de tabac, mise en place pour la télévision et la radio, ne s'étend pas aux contenus de streaming. Les auteurs de cette étude ont souhaité évaluer la prévalence et les facteurs socio-démographiques associés à l'exposition aux publicités et promotions du tabac à la télévision ou sur les plateformes de streaming.

Ils ont conduit une étude transversale à partir des données de l'étude HINTS 6 (*Health Information National Trends Survey*), de l'Institut National du Cancer, une étude représentative au niveau national, menée de Mars à Novembre 2022 aux Etats-Unis et incluant des adultes non-institutionnalisés.

Le critère principal était l'exposition auto-déclarée aux publicités, marketing ou promotions du tabac à la télévision ou sur les plateformes de streaming, au cours des 3 derniers mois.

Plusieurs facteurs étaient pris en compte dans l'évaluation de cette exposition : âge, sexe, origine ethnique, niveau d'éducation, milieu rural ou urbain, revenus annuels du foyer, et statut tabagique.

Des analyses en régression logistique multivariées ont été réalisées.

L'échantillon total de 5775 participants était constitué de 50.5% de femmes, 61.5% d'individus Blancs non-Hispaniques et 12.0% de fumeurs (n = 632).

L'exposition estimée aux publicités, marketing ou promotions du tabac à la télévision ou sur les plateformes de streaming était de 12.4% (IC 95% = 10.8%–14.2%).

L'exposition était plus élevée chez les participants âgés de 35 à 49 ans (13.4%; IC 95% = 10.8%–16.5%), chez ceux ayant atteint le niveau d'enseignement secondaire ou moins (16.4%; IC 95% = 13.7%–19.6%), chez les participants Noirs non-hispaniques et Africains Américains (19.4%; IC 95% = 15.4%–24.2%), chez les personnes ayant de faibles revenus (17.6%; IC 95% = 14.1%–21.9%), et chez les fumeurs réguliers (17.0%; IC 95% = 11.4%–24.5%).

Dans la sous-population de participants n'ayant jamais fumé, 11.3% ont rapporté avoir été exposés aux publicités, marketing ou promotions de produits du tabac. Cette exposition était

plus élevée chez les personnes âgées de 65 ans ou plus dans ce sous-groupe (13.2%; IC 95% = 10.5%—16.5%).

Les analyses en régression logistique multivariées ont retrouvé des taux d'exposition plus élevés chez les participants ayant un niveau scolaire secondaire ou moins (odds ratio ajusté [aOR] = 1.60; IC 95% = 1.08—2.37); chez les fumeurs réguliers (aOR = 1.85; IC 95%= 1.06—3.25); chez les personnes Noires non-Hispaniques ou Africaines Américaines (aOR = 2.20; IC 95% = 1.40—3.45); et chez les participants Hispaniques (aOR = 1.58; IC 95% = 1.04—2.42).

Cette étude identifie des disparités, en termes d'exposition aux publicités des produits du tabac, selon l'origine ethnique, le niveau d'éducation et le statut tabagique. Des niveaux d'exposition plus élevés chez les fumeurs que chez les non-fumeurs suggèrent que l'industrie du tabac concentre ses efforts sur les fumeurs afin de renforcer leur comportement tabagique. Onyeaka et al. soulignent la nécessité d'interventions ciblées sur ces sous-populations plus vulnérables et l'importance d'une régulation des contenus des plateformes de streaming.

- **Efforts pour assurer les placements de produits à base de nicotine et de cannabis dans les médias populaires par Ploom, Pax et Juul : une analyse des documents de l'industrie du tabac.**

Wakefield T, Bialous S, Ling P, Apollonio DE. Efforts to secure nicotine and cannabis product placements in popular media by Ploom, Pax, and Juul: an analysis of tobacco industry documents. *Nicotine Tob Res.* 2025 Sep 3:ntaf180. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/40899689/>

Les placements de produits sont une forme de publicité qui participe à la normalisation des produits du tabac et encourage la consommation. En 1998, un accord-cadre de règlement (*The 1998 Master Settlement Agreement*) a interdit à l'industrie du tabac de financer des placements de produits dans les films et à la télévision, mais cet accord n'affecte pas les compagnies de produits du vapotage. Tabagisme et vapotage apparaissent communément dans des clips vidéos de musique hip-hop, générant plus d'un milliard d'exposition aux vaporettes. Cette exposition aux produits du vapotage dans les films et clips musicaux est associée à une augmentation des taux de consommation de vaporettes, de façon exponentielle avec la quantité de contenus regardés comprenant des placements de produits, en particulier chez les jeunes âgés de moins de 21 ans. Dans cette étude, les auteurs ont enquêté sur les pratiques de la compagnie de Ploom et de ses successeurs Pax Labs et Juul Labs, afin de déterminer leurs motivations, stratégies et résultats en termes de placements de produits dans les médias populaires.

Pour cette étude de cas, Wakefield et al. ont analysé des documents internes de la compagnie Juul, archivés à la Truth Tobacco Industry Documents Library de l'Université de Californie San

Francisco, et rendus publics suite à un litige. Les recherches ont été réalisées entre mars 2024 et janvier 2025. Les documents pertinents ont été synthétisés et classés chronologiquement.

Parmi les 451 documents étudiés datant de 2007 à 2019, 74 ont été cités dans l'article.

Ploom est une entreprise qui commercialisait initialement un produit du tabac chauffé avec réservoir, puis le dispositif Pax en 2012, qui permettait de vaporiser du tabac en feuilles, et a rapidement été utilisé pour la consommation de cannabis. Ploom est devenue Pax Labs en 2015 (Japan Tobacco International ayant racheté les droits) et a commencé à vendre des vaporettes contenant de la nicotine sous la marque Juul. Pax Labs a présenté Juul Labs comme une identité distincte en juin 2017. En réalité, il s'agit de la même compagnie.

En 2007, Ploom indiquait vouloir nouer des relations avec les personnes dans l'entourage de célébrités afin d'encourager ces dernières à utiliser ses produits. En leur fournissant gratuitement des dispositifs, et en soutenant leurs œuvres de charité, les directeurs marketing de Ploom espéraient contourner la nécessité de payer pour le placement de produits, et gagner une couverture médiatique au fil du temps.

En 2009, la stratégie s'est étendue aux directeurs, scénaristes et autres professionnels de l'industrie du cinéma, puis du monde de la mode et de la musique, avec la distribution d'échantillons lors des avant-premières, concerts, et vernissages d'expositions artistiques, et avec la diffusion de messages tels que « essayez un produit meilleur que le tabac plutôt que fumer sans compensation ».

A partir de 2013, l'entreprise a fait appel à des agences de placement de produits (Lucy Stepp, puis Eclipse Worldwide en 2014) afin de se rapprocher des responsables accessoiristes travaillant dans l'industrie du divertissement, et de louer des dispositifs aux producteurs de médias. Ploom s'est ainsi assuré des placements de produits dans des séries diffusées par HBO telles que « Californication » (en 2014) ou « Girls » (premier placement majeur de Juul dans les médias en 2017).

En 2014, Ploom rapportait que les placements de produits augmentaient la visibilité auprès du public, inspiraient confiance, et positionnaient le produit comme ambitieux.

En octobre 2014, pour promouvoir Pax, Ploom a donné une fête pour 75 à 150 accessoiristes de Los Angeles, travaillant sur des programmes comme «The Big Bang Theory» ou la télé-réalité sur la vie de la famille Kardashian. En décembre 2014, Ploom avait déjà loué le dispositif Pax à 10 séries, 2 pilotes et 3 productions cinématographiques.

Jusqu'en 2015, Pax Labs a sécurisé le placement de produits dans de multiples projets au cinéma, à la télévision et dans la musique. En août 2015, l'entreprise a établi que les placements de ses produits dans 10 spectacles, films et clips musicaux avaient généré approximativement 21 340 000 vues.

L'entreprise a cessé ses efforts en 2017 en raison d'un public de plus en plus hostile et de l'émergence de réglementations.

Les pratiques de l'industrie du tabac pour commercialiser et promouvoir le tabac chauffé, et d'autres produits délivrant de la nicotine, reflètent celles précédemment utilisées pour promouvoir les cigarettes. Ploom et ses successeurs ont sécurisé les placements gratuits de leurs produits dans les clips musicaux, les films et les séries, en louant leurs dispositifs et en travaillant en réseau avec les responsables accessoiristes et les professionnels du secteur. Wakefield et al. soulignent qu'une réglementation plus stricte est nécessaire afin de supprimer les placements de produits par l'industrie du vapotage.

- **Evaluation de l'impact de vidéos factuelles à propos du vapotage sur les perceptions des risques du vapotage chez les jeunes adultes au Royaume-Uni : une expérience randomisée en ligne.**

Alharbi M, Ward E, Notley C, Dockrell M, Taylor E, East K. Evaluating the impact of vaping facts films on vaping harm perceptions among young adults in the UK: A randomized on-line experiment. Addiction. 2025 Nov;120(11):2202-2214. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/40631572/>

En 2024, en Angleterre, 85% des adultes qui fumaient percevaient à tort le vapotage comme aussi dangereux voire davantage que le tabagisme, ou ne connaissaient pas les risques relatifs. Des revues de la littérature ont suggéré que des interventions communiquant sur le fait que vapoter est moins nocif que fumer peuvent améliorer cette perception. La diffusion de vidéos courtes sur les réseaux sociaux offre l'avantage d'avoir une portée large et au bon moment pour ces interventions. De plus, si le contenu de ces vidéos est animé par des experts universitaires apportant des éléments de preuves scientifiques, les bénéfices en sont d'autant plus importants. Dans cette étude, les auteurs ont cherché à mesurer l'impact de vidéos brèves, animées par des experts universitaires et comprenant un contenu basé sur les preuves, sur les perceptions des risques du vapotage chez les jeunes adultes.

Ils ont conduit une étude expérimentale en ligne sur Qualtrics, une plateforme d'enquêtes sur internet, en mai 2024. Les participants, âgés de 18 à 30 ans, ont été recrutés via Prolific Academic, une communauté participative de personnes aimant les sciences. Autant d'hommes que de femmes ont été inclus.

Les participants ont ensuite été répartis en deux groupes : un groupe expérimental et un groupe contrôle. La répartition était stratifiée par sexe (homme/femme) et par statut tabagique/de vapotage (fumeurs exclusifs, vapoteurs exclusifs, vapo-fumeurs, non-fumeurs-non-vapoteurs).

Les participants du groupe expérimental ont été randomisés une seconde fois pour recevoir l'une des huit vidéos animées par des experts et portant chacune sur une idée fausse concernant le vapotage. Les participants du groupe contrôle visionnaient quant à eux une vidéo courte à propos de pancakes produite par le King's Collège de Londres.

Avant et après visionnage, les participants répondaient à des questions concernant leurs perceptions du vapotage et du tabagisme.

Le critère principal était la perception que le vapotage était moins nocif que le tabagisme. Les critères secondaires étaient la perception que le vapotage n'était pas dangereux du tout, que le vapotage n'était pas addictif, et les réponses (vrai ou faux) aux affirmations correspondant aux vidéos visionnées (par exemple : « le vapotage est cancérigène », ou « le vapotage entraîne des lésions pulmonaires »).

Des analyses descriptives et selon des modèles de régression logistique ajustés ont été conduites.

593 participants ont été inclus dans l'étude, dont 49.7% de femmes, 8.7% de fumeurs exclusifs, 32% de vapoteurs exclusifs, 28.7% de vapo-fumeurs et 30.4% de non-fumeurs-non-vapoteurs. Le groupe expérimental comprenait 279 participants et le groupe contrôle 314. La majorité des participants était âgée de 25 à 30 ans.

Au départ, 61% de l'ensemble des participants percevaient le vapotage comme moins nocif que le tabac (0.8% le percevaient comme pas du tout dangereux et 1.5% comme pas du tout addictif).

Après visionnage des vidéos des experts, comparés au groupe contrôle, les participants du groupe intervention avaient une probabilité nettement supérieure de percevoir le vapotage comme moins nocif que le tabagisme (82.1% vs 57.6%; odds ratio ajustés [AOR] = 3.69; Intervalle de confiance [IC] 95% = 2.49–5.47; $p < 0.001$).

Les perceptions que les affirmations suivantes étaient fausses étaient également augmentées après avoir regardé les vidéos des experts, par rapport au groupe contrôle : « le vapotage cause des lésions pulmonaires », « vapoter provoque des cancers », « la nicotine est nocive quand elle est consommée autrement que dans les cigarettes fumées », « les femmes enceintes ne devraient pas vapoter », « le vapotage n'aide pas à arrêter de fumer », ($p < 0.05$).

Les participants exposés à la vidéo portant sur l'idée que le vapotage est aussi nocif que le tabagisme avaient la plus forte probabilité de percevoir ensuite le vapotage comme moins dangereux que le tabac (AOR = 13.92; IC 95% = 3.26–59.37; $p < 0.001$).

Parmi les participants n'ayant jamais vapoté, les auteurs ont retrouvé une légère différence en termes de curiosité ou d'intention de vapoter entre les participants du groupe intervention et ceux du groupe contrôle. Néanmoins les échantillons étaient trop faibles pour réaliser des analyses ajustées.

Les résultats étaient similaires en fonction du statut tabagique ou de vapotage, suggérant que les vidéos avaient un effet concordant parmi les vapo-fumeurs, les fumeurs exclusifs, les vapoteurs exclusifs et les non-fumeurs-non-vapoteurs.

Après visionnage des vidéos des experts, la majorité des jeunes adultes continuaient de percevoir le vapotage comme addictif (99.3%) et dangereux (96.8%).

Alharbi et al. concluent que la diffusion de vidéos courtes animées par des experts scientifiques est efficace pour confirmer les perceptions exactes concernant le vapotage et réfuter les idées fausses à ce sujet. Les auteurs précisent que le maintien des perceptions concernant le potentiel addictif et la dangerosité du vapotage est cohérent avec le fait que les effets à long terme ne sont pas connus et que les marqueurs de dépendance augmentent chez les jeunes.

Conseils de lecture

- **Présence du tabac dans les films et consommation tabagique chez les jeunes.**

Peiffer G, Lajzerowicz N, Galera O, Perriot J, Ricard E, Gallopel-Morvan K. *Présence du tabac dans les films et consommation tabagique chez les jeunes. Rev Prat* 2025;75(11) : 943-7. <https://www.larevuedupraticien.fr/article/presence-du-tabac-dans-les-films-et-consommation-tabagique-chez-les-jeunes>

Dans cet article, Peiffer et al. font un focus sur l'omniprésence du tabac dans les films et les séries, rappelant que le tabac est présent en moyenne 2,6 minutes à l'écran par film, soit l'équivalent de 6 spots publicitaires. Les auteurs proposent des solutions qui, en partenariat avec l'industrie du cinéma, permettraient de réduire l'exposition des spectateurs, et en particulier des jeunes, aux représentations du tabagisme à l'écran.

- **Le tabagisme au cinéma et l'impact sur le tabagisme chez les adolescents : avec une référence spéciale aux adolescents Européens.**

Sargent JD. *Smoking in film and impact on adolescent smoking: with special reference to European adolescents. Minerva Pediatr.* 2006 Feb;58(1):27-45. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/16541005/>

L'auteur présente une revue des études évaluant l'association entre le fait d'être exposé à des scènes de tabac au cinéma et le tabagisme chez les adolescents aux Etats-Unis. L'ensemble des travaux analysés apporte des preuves quant au rôle joué par la présence de tabac à l'écran sur l'initiation au tabagisme des jeunes. Le cinéma américain représentant plus de la moitié du box office, Sargent attire l'attention sur la nécessité de recherches similaires chez les adolescents européens.

- **Impact du tabagisme et du vapotage dans les films sur l'initiation au tabagisme et au vapotage chez les adolescents : une revue systématique et méta-analyse.**

Hassanein ZM, Barker AB, Murray RL, Britton J, Agrawal S, Leonardi-Bee J. *Impact of Smoking and Vaping in Films on Smoking and Vaping Uptake in Adolescents: Systematic Review and Meta-Analysis. Health Educ Behav.* 2022 Dec;49(6):1004-1013.

<https://www.researchgate.net/publication/360335575> *Impact of Smoking and Vaping in Films on Smoking and Vaping Uptake in Adolescents Systematic Review and Meta-Analysis*

Il s'agit d'une actualisation d'une revue systématique évaluant l'effet de l'exposition aux images de tabac à l'écran sur le risque d'initiation au tabac chez les jeunes. Les auteurs ont également recherché les études portant sur les effets de l'exposition aux images de vapotage dans les médias sur l'initiation au vapotage. Après l'analyse des 26 études, ils concluent que l'exposition aux représentations du tabac dans les films augmente le risque de devenir fumeur chez les adolescents et que des résultats similaires existent concernant le vapotage.

- **Représentation du tabac à la télévision aux heures de grande écoute en Espagne : une analyse de contenu.**

Peruga A, Tigova O, Feliu A, et al. Tobacco imagery in prime-time television in Spain: A content analysis. Tob Induc Dis. 2025 Jun 10;23. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/40495994/>

Les auteurs présentent ici les résultats de l'analyse de 63 959 minutes de programmes télévisuels diffusés en 2021, sur un total de 18 chaînes, et examinant la présence d'images de tabac à l'écran : 2.4% de ce temps comprenaient au moins une représentation du tabagisme, correspondant à 8 millions de vues chez les 15-24 ans, y compris pendant les émissions destinées au public familial.

- **Etude prospective de l'exposition aux représentations du tabagisme dans les films et des changements dans la probabilité de devenir fumeur dans une cohorte d'élèves dans le sud de l'Inde.**

Kamath VG, Kulkarni MM, Kamath A, et al. Prospective study of exposure to smoking imagery in films and changes in susceptibility to smoking in a cohort of school students in Southern India. Tob Induc Dis. 2024 May 28;22. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/38807710/>

En Inde, il existe une politique imposant des mentions de prévention des risques pour la santé et ayant permis une réduction des représentations du tabac dans les films de Bollywood. Dans cette étude longitudinale incluant des élèves de collège dans le sud de l'Inde, les auteurs ont évalué l'influence de l'exposition aux images de tabac dans les films sur la probabilité de fumer chez ces adolescents. Ils ont retrouvé une augmentation de cette

probabilité avec le temps d'exposition avant et après ajustement des covariables. Ils n'ont pas retrouvé d'association statistiquement significative entre l'exposition aux films réglementés sans tabac et des changements dans la probabilité de fumer.

- **Quantifier et caractériser les contenus portant sur le tabac dans les séries diffusées les plus demandées dans 10 pays à revenus faibles/intermédiaires en 2019.**

Fitzpatrick I, Byrne D, Gilmore AB, Hasan F, Cranwell J. Quantifying and characterising tobacco content in the most in-demand streamed series in 10 low/middle-income countries in 2019. Tob Control. 2023 Dec 13;33(1):45-51. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/35750485/>

Dans cette étude, les auteurs ont souhaité évaluer la fréquence et les caractéristiques des représentations du tabagisme dans les séries les plus populaires regardées dans 10 pays à revenus faibles ou intermédiaires (dont l'Indonésie, l'Ukraine, la Chine, le Vietnam...). A l'aide d'une méthodologie novatrice, ils ont estimé que 113 personnages consommaient du tabac au cours de 38 épisodes ; 73% des personnages fumeurs étaient joués par des acteurs « vedettes »; et 5% représentaient des mineurs.

- **Impact de l'exposition aux produits du tabac chauffé dans les médias et au travers des interactions sociales sur les usages et perceptions du produit.**

Abroms LC, Duan Z, Bar-Zeev Y, et al. Impact of exposures to Heated Tobacco Products in the media and through social connections on product perceptions and use. Tob Prev Cessat. 2024 May 10;10. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/38738210/>

Les auteurs de cet article ont conduit une étude transversale parmi des adultes âgés de 18 à 45 ans, aux Etats-Unis et en Israël, afin d'analyser les données concernant les participants consommant ou connaissant les produits du tabac chauffé. Ils ont retrouvé que les médias digitaux (réseaux sociaux notamment) étaient particulièrement associés à la connaissance et l'usage de produits du tabac chauffé par les participants, sans différence entre les deux pays.

- **Contre Feu, l'Alliance contre l'industrie du tabac : à l'occasion du festival de Cannes**

Contre Feu, l'Alliance contre l'industrie du tabac : à l'occasion du festival de Cannes :
<https://alliancecontreletabac.org/2025/05/08/le-festival-ou-tu-canes/>

- *Dossier de Presse :* https://www.contre-feu.org/app/uploads/2025/10/DP-ACT_-Tabac-et-pop-culture.pdf

- *Communiqué de Presse :* https://www.contre-feu.org/app/uploads/2025/10/CP-ACT_Deux-tiers-des-jeunes-estiment-que-les-films-et-series-valorisent-la-cigarette-VDEF-2.pdf

L'Alliance contre le Tabac, devenue Contre-Feu, l'Alliance contre l'industrie du Tabac en 2025, présente sa dernière campagne, diffusée en parallèle du Festival de Cannes, afin de dénoncer l'omniprésence du tabac dans la pop culture, en particulier le cinéma, les séries et les clips musicaux, et d'alerter les jeunes générations sur les manipulations de l'industrie du tabac.

- **Truth Initiative : dossier tabac cinéma 2020**

Truth Initiative dossier tabac cinéma 2020 : <https://truthinitiative.org/research-resources/tobacco-pop-culture/smoking-movies-2020>

La Truth Initiative est une organisation américaine publique à but non lucratif dédiée à la prévention de l'addiction à la nicotine chez les jeunes et jeunes adultes. Elle présente ici un rapport concernant le tabagisme au cinéma en 2020. Les auteurs ont mis en évidence une diminution du nombre de films contenant des scènes de tabagisme par rapport aux années précédentes, en particulier pour les contenus destinés aux adolescents de 13 ans et plus. Néanmoins, les représentations du tabagisme dans les films destinés aux jeunes existent toujours, rendant nécessaire une plus stricte réglementation.

- **A l'occasion du Mois sans Tabac, La Ligue contre le Cancer rediffuse son dossier sur « Tabac et Cinéma » de 2021**

A l'occasion du Mois sans Tabac, La Ligue contre le Cancer rediffuse son dossier sur « Tabac et Cinéma » de 2021 :

lien : <https://www.ligue-cancer.net/articles/tabac-et-cinema>

lien vers la vidéo, incluse dans ce dossier <https://youtu.be/zjzTptyZBp0>

Cet article présente la 3e édition d'une étude de la Ligue contre le Cancer, menée en 2021 en partenariat avec Ipsos, et visant à analyser les placements de produits et la valorisation du tabagisme dans les films classés au box office. Depuis 2005, 450 films ont ainsi été analysés. Sur les 150 films visionnés entre 2015 et 2019, le tabac reste omniprésent que ce soit au travers de scènes de tabagisme ou de discussion autour du tabac, avec pour conséquences un effet sur la consommation de tabac chez les jeunes et une banalisation du tabagisme. La Ligue contre le Cancer dénonce l'influence des lobbies du tabac.

- **Autres conseils**

1/ Sur le « placement de produits du tabac » dans les films :

Témoignage dans un document de 2017: <https://www.youtube.com/watch?v=yeFtczOpuk>.
Ce passage est extrait du documentaire "Nos gosses sous intox" dans lequel il y a d'autres témoignages (Vidéo d'OxyRomandie : <https://www.youtube.com/watch?v=HFzRcnLJdNQ>)

2/ Films incontournables dénonçant les malversations de l'industrie du tabac

- Tabac, la conspiration (2006) https://fr.wikipedia.org/wiki/Tabac,_la_conspiration

Réalisatrice : Nadia Collot - Production : Kuiv Productions, France 2, avec le soutien de l'Institut national de prévention et d'éducation pour la santé, la Ligue contre le cancer et l'Institut national du cancer

Nadia Collot a mené trois années d'investigation sur trois continents (Amérique du Nord, Europe, Afrique). Le film démontre comment les cigarettiers ont :

- Manipulé la science en recrutant des chercheurs pour minimiser les dangers du tabac.
- Subverti le commerce en ciblant les jeunes et en banalisant la cigarette dans la culture populaire.
- Déployé des stratégies économiques pour conserver leur toute-puissance malgré les scandales.

- The Insider (Révélations, 1999)

[https://fr.wikipedia.org/wiki/R%C3%A9v%C3%A9lations_\(film\)](https://fr.wikipedia.org/wiki/R%C3%A9v%C3%A9lations_(film))

Réalisé par Michael Mann, avec Russell Crowe et Al Pacino.

Inspiré de l'histoire réelle de Jeffrey Wigand, ancien cadre de Brown & Williamson, qui a dénoncé les pratiques de manipulation de la nicotine par les cigarettiers. Le film expose les pressions, menaces et stratégies de l'industrie pour réduire au silence les lanceurs d'alerte.

- Une affaire de principe (2024) https://fr.wikipedia.org/wiki/Une_affaire_de_principe

Réalisation : Antoine Rimbault - Acteurs principaux : Bouli Lanners (dans le rôle de José Bové), Thomas VDB, Céleste Brunquell - Genre : Thriller politique / drame- Lieu : Bruxelles, cœur des institutions européennes

Le film s'inspire de faits réels survenus en 2012 au Parlement européen. José Bové, alors député européen, enquête sur le limogeage du commissaire européen à la Santé, John Dalli, soupçonné d'avoir été victime de pressions liées au lobby du tabac. L'affaire concernait une directive européenne sur les produits du tabac, qui aurait imposé des mesures fortes comme les paquets neutres. Le film montre les manœuvres de lobbying, les pressions et les jeux d'influence qui ont conduit à bloquer cette directive.

3/ Livres

Clopes en scope: Tabac et cinéma (2024) d'Adrien Gombeaud.

Adrien Gombeaud, critique de cinéma, déroule son épopée sur grand écran à travers plus de cent cinquante films, dont il évoque nombre de scènes devenues mythiques dans lesquelles le tabac est bien un acteur à part entière. <https://www.livres-cinema.info/livre/21298/clopes-en-scope>

CONGRES, COLLOQUES, ANNONCES



Le site de l'Alliance contre le tabac avec les campagnes de dénormalisation du tabac, les plaidoyers portés par l'association et ses projets. Vous y trouverez une mine de renseignements, souvent méconnus des professionnels de la tabacologie ainsi que de la population générale. Bonne consultation de ce site !
<https://alliancecontreletabac.org/nos-plaidoyers/>



Le site Génération sans tabac du CNCT vous permettra notamment d'accéder à des données sur l'actualité épidémiologique, à des informations sur les nouveaux produits du tabac et de la nicotine ainsi que sur le rôle de l'industrie du tabac pour en capter les marchés. N'hésitez pas à consulter ce site, particulièrement riche pour la tabacologie !
<https://cnct.fr/generation-sans-tabac-2/>



Ne manquez pas d'aller sur le site de l'Assurance Maladie, pour consulter la dernière mise à jour (31 décembre 2023) des substituts nicotiques qui sont actuellement remboursés.
https://www.ameli.fr/sites/default/files/Documents/Liste%20substituts%20nicotiniques%20MAJ%202023_VD.pdf

SFT - MOOC "Tabac, arrêtez comme vous voulez !"



C'est avec grand plaisir que nous vous annonçons la publication de l'**édition 2024 du MOOC "Tabac : arrêtez comme vous voulez !"** Accédez à la page de l'accueil de ce MOOC <https://www.pns-mooc.com/fr/mooc/18/presentation> où vous aurez la possibilité de vous inscrire, pour accéder gratuitement au contenu. Ce MOOC contient les éléments suivants :

- **Cours sous formes de vidéos** : 48 vidéos réparties en 7 modules, que vous pouvez consulter dans l'ordre que vous souhaitez. 34 vidéos ont été publiées en 2019, avec ajout de 14 nouvelles vidéos pour la mise à jour.
- **Quiz, pour tester vos connaissances** : avec 50% de bonnes réponses à tous les quiz pour l'ensemble de la formation, vous obtiendrez l'attestation de réussite au MOOC.

- **Ressources complémentaires** : diaporamas correspondant au contenu des vidéos, et éventuellement bibliographies.

Parmi les thématiques traitées par ce MOOC : nouveaux produits du tabac et de la nicotine, abord du fumeur, prescription des traitements de substitution nicotinique et utilisation de la cigarette électronique dans le sevrage tabagique.

Unisanté

Unisanté organise des colloques de tabacologie et prévention du tabagisme. Ces événements s'adressent aux professionnelles et professionnels de la promotion de la santé et prévention, ainsi que de la santé et du social, aux étudiantes et étudiants, aux enseignantes et enseignants, aux chercheuses et chercheurs du domaine, aux décideuses et décideurs politiques et aux membres de collectivités publiques.



Les 36^e Journées Européennes de la Société Française de Cardiologie
Du 14 au 16 janvier, Paris

Session SFT, le 16 janvier, sur le thème : Tabagisme : recherche, actualités et pratique clinique

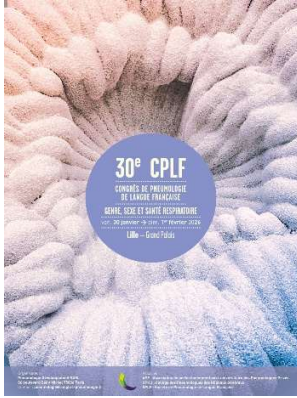
Inscriptions, programme, informations diverses : <https://www.cardio-online.fr/congres-sfc/programme-des-jesfc-2026>



Congrès Gyn Caraïbes
Du 20 au 23 janvier, Le Gosier (Guadeloupe)

Cathie MEIER Administratrice de la SFT, co-animera avec Sébastien FLEURY, l'atelier *Sevrage tabagique et addictions* le vendredi 23.01, de 0830 à 10h00

Inscriptions, programme, informations diverses : <https://www.gyncaraibes.fr/>



30^{ème} Congrès de Pneumologie de Langue Française (CPLF)
Du 30 janvier au 01 février, Lille

Gérard PEIFFER et Jean PERRIOT, Administrateurs de la SFT animeront l'atelier *Sevrage tabagique : faut-il une prise en charge genrée ?* du vendredi 30.01, de 16h30 à 18h00.

Inscriptions, programme, informations diverses : <https://www.pneumologie-developpement.fr/congres-pneumologie/>



60^{ème} Congrès du Collège Français de Pathologie Vasculaire (CFPV)
Du 11 au 13 mars, Paris

SEANCE COMMUNE SFT – CFPV
Mercredi 11 mars 2026 de 11 h à 12 h 30
Quels sont les effets cardiovasculaires de la e-cigarette ?

Inscriptions, programme, informations diverses : <https://cfpv.fr/>



20^{ème} Congrès de la Société Francophone de Tabacologie
24 et 25 Septembre 2026, Rennes

La Société Francophone de Tabacologie (SFT) a le plaisir de vous annoncer son 20^e Congrès qui se déroulera à Rennes, les 24 et 25 Septembre 2026, sur le thème : « Tabac, tous embarqués ! »

Les soumissions de sessions sont ouvertes : <https://csft.fr/soumission-session-thematique/>
Informations : <https://csft.fr/>

CONTACT

Pour toute annonce (congrès, symposium, offre d'emploi...), merci de l'adresser au secrétariat : contact@societe-francophone-de-tabacologie.fr