

# **Le résultant de 15 années d'observation du tabagisme au cinéma : plaider pour un environnement média favorable à la santé**

Yana Dimitrova – Responsable Prévention  
Ligue contre le cancer

# Point juridique

**Article L3511-3 du CSP:** La propagande ou la publicité, directe ou indirecte, en faveur du tabac, des produits du tabac .....sont interdites. Le parrainage et le mécénat également.

Exceptions:

- enseignes des débits de tabac,
- publications professionnelles (producteurs, fabricants et distributeurs des produits du tabac)
- publications imprimées ou en ligne mis à disposition du public par des personnes établies dans un pays n'appartenant pas à l'Union européenne
- la retransmission des compétitions de sport mécanique qui se déroulent dans des pays où la publicité pour le tabac est autorisée (L3511-5)

**Circulaire du 28 mars 2012** relative à la représentation d'oeuvres artistiques et culturelles et d'images de fumeurs

- rappelle que toute publicité, directe ou indirecte, promotion et propagande en faveur du tabac sont interdites, y compris dans les œuvres artistiques
- donne la possibilité de représentations de personnages historiques consommant un produit du tabac;
- les visuels ne doivent pas chercher à valoriser le tabac en général, ni son usage.

# Le tabagisme a une longue histoire avec le cinéma



Le tabac apparaît dès les premiers films, dans les années 30.

# Le cinéma, vecteur de banalisation et de promotion

Le placement de produits est une **technique de commercialisation** visant à amener le spectateur à acheter un produit parce que l'acteur l'utilise.

L'industrie du tabac a longtemps utilisé le cinéma comme **vitrine publicitaire**:

- banaliser et faire du tabagisme une réalité incontournable de notre société,
- faire la promotion de marques,
- créer une association entre tabagisme et situations positives (fête, amour, richesse, personnages charismatiques...).

L'analyse des documents internes de l'industrie du tabac a montré les efforts importants et les **sommes investies** pour le placement de produits et de marques de cigarettes dans les productions cinématographiques

Plus long **qu'une publicité classique**, mis en scène par des célébrités, le tabagisme au cinéma est promu au grand écran, à la télé, en DVD, plateformes de streaming ... associant ainsi le tabagisme et culture française.



## Impact du tabagisme au cinéma sur l'entrée dans le tabagisme des jeunes

- Les adolescents âgés de 10 à 14 ans, souvent exposés à des films contenant des scènes de consommation de tabac, ont **2,6 fois plus de risques** de commencer à fumer que des jeunes moins exposés
- Le rapport de l'US Surgeon General, 2014 établit une **relation de causalité** entre la présence de tabac au cinéma et l'initiation du tabagisme des jeunes ainsi qu'un **effet de dose**.
- Le rapport de l'US Centers for Diseases Control montre que la prévalence du tabagisme des jeunes serait **réduite de 18%** si le tabagisme dans les films était limité (R rating = mineurs si accompagnés).





# Les postulats relatifs à la présence du tabac dans le cinéma

- **Une publicité indirecte et une stratégie marketing** de l'industrie du tabac visant à accroître le nombre de fumeurs, notamment les **plus jeunes**.
- Une **ingérence de l'industrie** du tabac dans le cinéma français
- Un **contournement de l'interdiction de la publicité** et la promotion des produits du tabac.

Afin de documenter et surveiller les actions de ce type, la Ligue contre le cancer a entrepris une veille sur la **présence et la valorisation** du tabac dans les films français.



# Analyse de la valorisation du tabac dans le cinéma français

## Etude quantitative 1982-2002 (box office international)

- Analysé de 200 films dont la sortie s'étale sur 20 ans
- Dans la moitié des films analysés est présente une scène de tabagisme,
- On observe une prédominance du tabagisme dans le cinéma français

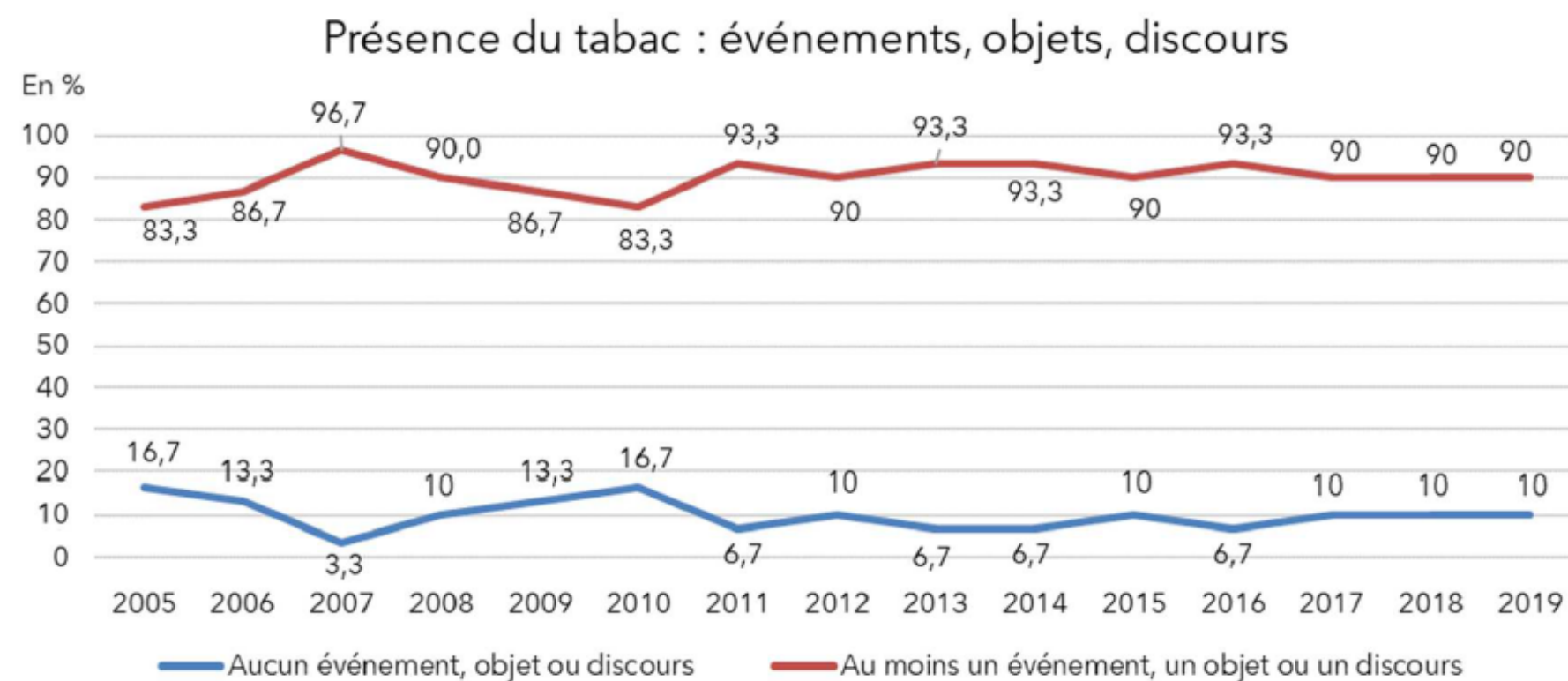
## Etude quantitative 2005-2019 (box office France) + qualitative 2021

- 450 films visionnés
- 2675 personnages
- 4627 événements
- 3806 objets
- 775 discours tabagiques (depuis 2009)

**Méthodologie:** recensement des événements, objets et discours en faveur ou en défaveur du tabac et analyse du profil des personnages associés dans 30 films les plus populaires.  
Etude menée en partenariat avec IPSOS.

# 9 films sur 10 valorisent le tabac à l'écran

- **89,8%** des films de 2005-2019 comprennent **au moins un événement, un objet ou un discours tabagique.**



2005-2019  
**89,8%**

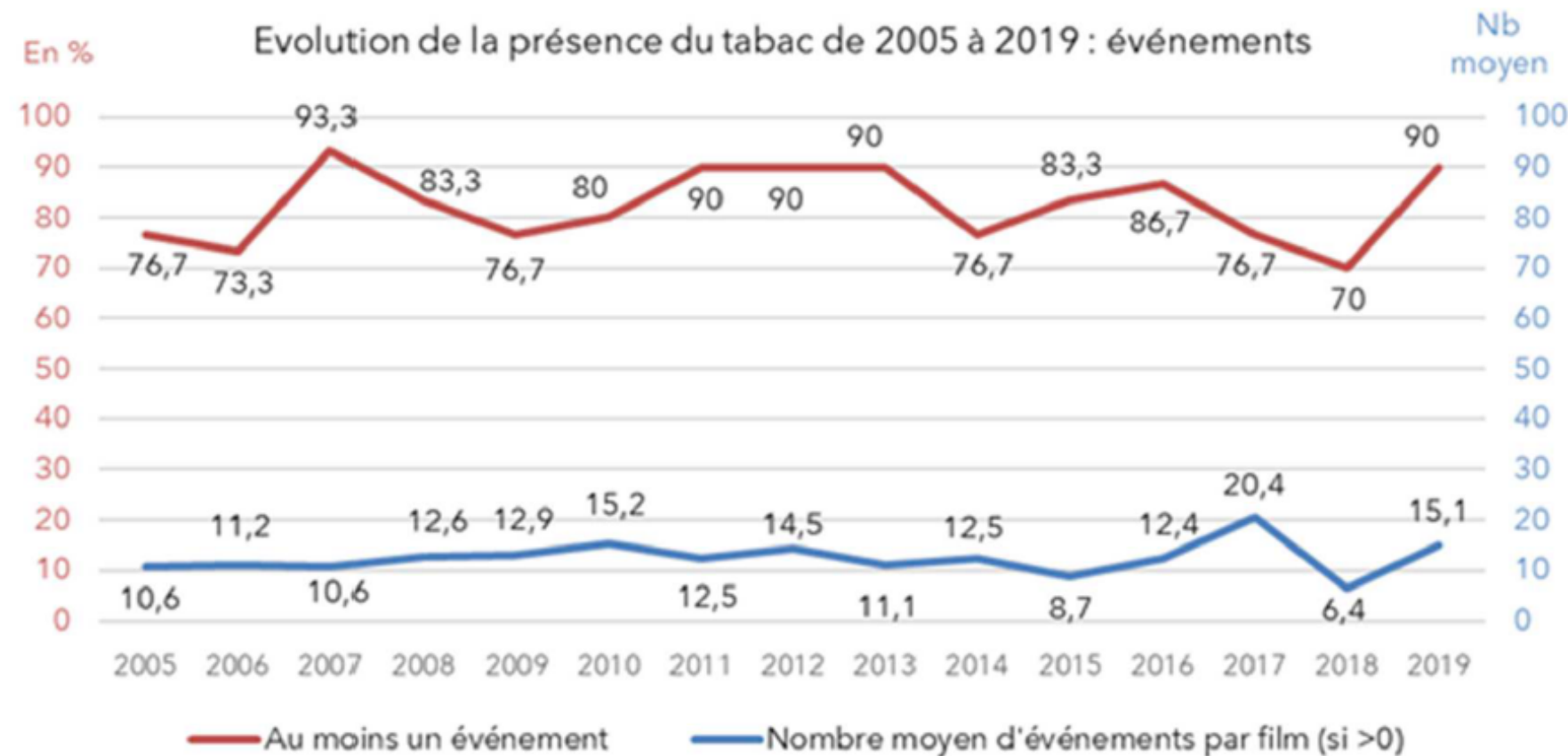
5 spots  
 publicitaires/  
 film

- **2,6 minutes** en moyenne sont consacrées aux événements tabagique par film, et la durée des événements à l'écran reste stable (avec 2,5% de la durée moyenne d'un film).



# 8 films sur 10 montrent des scènes de tabagisme

De 2005 à 2019, **82,4%** des films montrent au moins un événement tabagique, avec **12,5** événements visibles à l'écran en moyenne.



2005-2019  
**82,4%**

2015-2019  
**81,3%**

# Les fumeurs au cinéma présentent un profil neutre

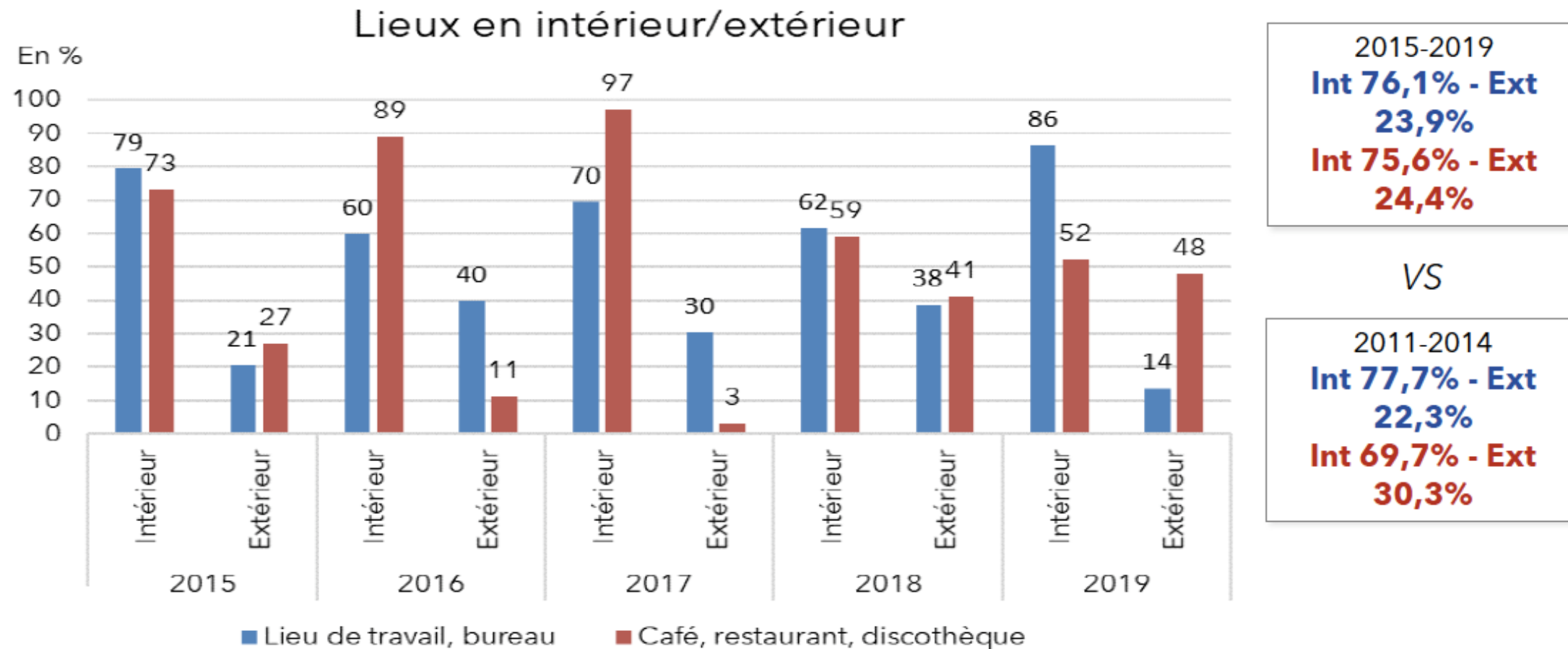
- **65,1%** des films de 2005 à 2019 comprennent au moins un fumeur ;
- **23,9%** des personnages principaux sont fumeurs (avec 26% en 2005-2010, 23,9% en 2011-2014 et 21,2% en 2015-2019).

## Profil du fumeur :

- » **62,6%** d'**hommes** et **37,4%** de femmes ;
- » **94%** d'**adultes** ; 3,6% d'adolescents, 1,9% de personnes âgées et 0,5% d'enfants ;
- » **79,9%** des fumeurs sont **respectables** vis-à-vis de la loi, 10,4% sont des hors la loi et 9,3% sont des représentants de la loi ;
- » **80,4%** des fumeurs ont **un profil neutre** (avec 93,5% en 2005-2010, 64,9% en 2011-2014 et 87,8% en 2015-2019).

# L'interdiction de fumer dans les lieux publics non respectée

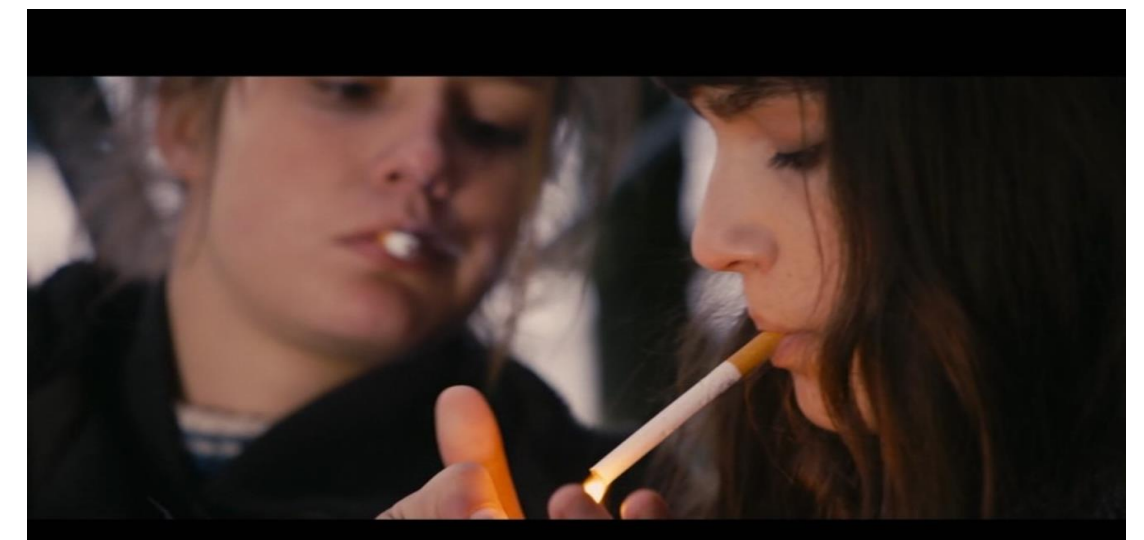
- **57%** des événements fumés le sont **en intérieur** (quelque soit le lieu), avec des variations en fonction des années (vs 61% en 2011-2014).
- Ce pourcentage monte à environ **76%** **dans les lieux de travail/café/restaurants/discothèques**. A noter une forte augmentation du taux de fumeurs à l'intérieur des lieux de convivialités (café/restaurants...)



# Etude qualitative auprès de jeunes adultes

Etude menée en janvier 2021, 1500 personnes de 18 – 34 ans avec un sur échantillon de 18 – 24 ans (base n=1110)

- **58% des jeunes interrogés** pensent que la présence de tabac à l'écran peut inciter à fumer
- **72% des ex-fumeurs** trouvent que les images de tabagisme à l'écran incitent à reprendre la consommation de tabac.
- **60% des fumeurs réguliers** estiment que le tabagisme dans les films leur donne envie de fumer.





# Conclusion

- La valorisation du tabac à l'écran demeure élevée en France et inchangée depuis 15 ans
- Elle banalise sa présence dans la société.
- L'enjeu du tabac dans le cinéma est principalement lié à **la promotion du tabagisme auprès des plus jeunes**, sensibles au comportement des personnages.





# Actions menées suite à l'étude



## Le cinéma français est toujours accro au tabac, déplore la Ligue contre le Cancer

VIDÉO. En moyenne de deux minutes par film, contre le Cancer sur Un chiffre en augm

Cigarette au cinéma, « une histoire d'amour ancienne avec l'industrie du tabac »

**Les faits** Première cause de mortalité en France, le tabac reste présent dans 90 % des films français selon une étude de la Ligue contre le cancer. Les associations dénoncent les stratégies insidieuses des industriels et en appellent à la vigilance des cinéastes.

## French films show far too much smoking, campaigners say

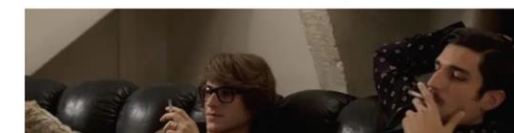
By Jack Hunter  
BBC News  
21 hours ago



## Selon la Ligue contre le cancer, il y a beaucoup trop de tabac dans les films français

**TABAC** La journée sans tabac est lundi prochain, le 31 mai  
20 Minutes avec AFP | Publié le 26/05/21 à 18h31 — Mis à jour le 26/05/21 à 18h31

24 COMMENTAIRES 630 PARTAGES



La Ligue contre le cancer appelle à la responsabilité des pouvoirs publics et à l'engagement de l'industrie du cinéma pour mettre un terme au placement de produits orchestré par le lobby du tabac

- La création d'une charte « cinéma, mode et médias indépendants du tabac » avec l'ensemble des parties prenantes afin de sensibiliser ces milieux aux enjeux de la lutte contre le tabac en lien avec les objectifs du PNLT (2018-2022);
- Conditionner les financements publics alloués par le Centre national du cinéma et de l'image animée à la non-représentation du tabagisme dans les films pour encourager la dénormalisation.