



GAME CHANGERS



31 mai : journée mondiale sans tabac

La Ligue contre le cancer publie les résultats de la 3^{ème} édition de son étude, réalisée avec Ipsos, sur la présence du tabac dans les films français

16 ans après la sortie de sa 1^{ère} étude, la Ligue alerte de nouveau contre la stratégie marketing pernicieuse des lobbies du tabac dans la création audiovisuelle, malgré les obligations légales existantes et son combat acharné

**Le tabac est encore présent dans plus de 90% des films français
Une majorité de jeunes de 18 à 24 ans considèrent qu'il s'agit d'incitations au tabagisme (58%) et pensent que les industriels du tabac jouent un rôle dans le placement de produits (54%)**

Paris, le 26 mai 2021 – A l'occasion de la Journée mondiale sans tabac ce 31 mai, la Ligue publie les résultats d'une double enquête sur la présence du tabac au cinéma réalisée avec l'Institut Ipsos. Pour la Ligue, les résultats de cette enquête objectivent les stratégies marketing menées par les industriels du tabac au cinéma. Ces chiffres sont d'autant plus préoccupants qu'ils montrent une surreprésentation du tabac dans les films alors même que la consommation de films et de séries a nettement augmenté depuis le début de la crise sanitaire, ces derniers devenant des vecteurs puissants de publicité détournée pour les produits du tabac.

Faire toute la lumière sur la valorisation du tabagisme dans les films

Depuis 2005, la Ligue a analysé, avec Ipsos, les placements de produits et la valorisation du tabagisme dans 450 films classés au box office. A l'occasion de la journée mondiale sans tabac le 31 mai, la Ligue dévoile la 3^{ème} édition de son étude et les résultats du décryptage de plus de 150 films français entre 2015 et 2019. La Ligue a complété cette étude par un sondage inédit, mené en 2021 auprès des jeunes¹, cible prioritaire des industriels, pour mieux comprendre les perceptions et l'impact de cette exposition.

Dénormaliser le tabac, un combat essentiel

Parce que le cancer est la première cause de mortalité en France et que le tabagisme demeure la première cause de cancers évitables, la Ligue a entrepris, dès 2005, un combat acharné pour dénormaliser sa consommation et milite pour faire de la jeune génération une génération sans tabac.

« La Ligue dénonce avec acharnement la valorisation du tabagisme dans les films français depuis plus de 15 ans. Nous devons résister face à une industrie du tabac redoutable qui utilise sa force de frappe et ses stratégies pernicieuses pour déployer des campagnes aussi agressives qu'insidieuses auprès des plus jeunes. Il est impératif de stopper cette manipulation et de l'exposer aux yeux de tous, il faut continuer à dénoncer les puissants lobbies du tabac qui n'hésitent pas à apporter des financements pour voir leurs produits apparaître à l'écran, de façon plus ou moins directe. Sans scrupule, ils parviennent à contourner la loi. Cela est inadmissible. Malgré toutes les actions mises en œuvre pour dénormaliser le tabagisme et mettre en lumière les ravages qui y sont liés, les lobbies restent encore bien trop puissants. Nous souhaitons aider l'industrie du cinéma et réussir, ensemble,

¹ Sondage réalisé par Ipsos pour la Ligue contre le cancer, en janvier 2021, auprès de 1500 jeunes de 18-34 ans, dont un sur-échantillon de 1110 individus âgés de 18 à 24 ans.

à stopper ces pratiques inacceptables ! » explique Axel Kahn, président de la Ligue contre le cancer.

Le tabac demeure quasi omniprésent dans les films français : entre 2015 et 2019, 90,7% comprennent au moins un événement, un objet ou un discours en rapport avec le tabac : personnes en train de fumer, présence de cendriers, cigarettes, personnage qui parle de tabac.... Au-delà de la présence toujours très forte du tabac dans les films, la Ligue s'inquiète de la tonalité globalement positive autour de sa consommation dans la production audiovisuelle, susceptible d'influencer le jeune public en associant l'acte de fumer à un comportement valorisant, voire à un modèle auquel le spectateur s'identifie.

Inquiétude que partage une majorité de jeunes Français : selon le sondage² réalisé en complément de l'étude en janvier 2021, 58% des 18-24 ans pensent que la présence de scènes avec du tabac dans les films est une incitation à la consommation de tabac par les jeunes et 54% pensent que les industriels du tabac jouent un rôle dans le placement de produits ! La Ligue s'inquiète de l'intrusion des lobbies du tabac dans le monde du cinéma.

Le tabac reste omniprésent dans les films

Sur les 150 films visionnés entre 2015 et 2019 :

- **90,7% des films** présentent au moins un événement (personne en train de fumer), un objet (cigarette, cendrier...), ou un discours (discussion autour du tabac),
- **81,3% de ces événements sont des scènes de tabagisme** (soit 12,7 scènes en moyenne) ; 70,7% des objets qui rappellent la consommation de tabac et 62% de discours dont **18,1%** incitent à la consommation de tabac.
- Le tabac est **présent en moyenne 2,6 minutes à l'écran** par film (soit 2,5% du temps d'un film), soit **l'équivalent de 6 spots publicitaires par film** en moyenne.
- **Augmentation forte de la présence de cannabis** avec 8,6% des événements fumés, soit deux fois plus que dans les volets précédents de l'étude.
- **Non-respect de l'interdiction de fumer dans les lieux accueillant du public en intérieur** : la Ligue a constaté une forte augmentation du taux de fumeurs à l'intérieur des lieux de convivialité (cafés, restaurants...). **21,5% des scènes de tabagisme** ont lieu dans un lieu de travail, un bureau, 16,6% dans un café, restaurant ou discothèque soit plus de 38% des événements de tabagisme en infraction.

Cette omniprésence a-t-elle un effet sur la consommation de tabac des jeunes³ ?

- 58% des jeunes interrogés début 2021 pensent que la présence de tabac à l'écran peut inciter à fumer (19% tout à fait d'accord, 39% plutôt d'accord).
- 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.

Un tabac banal pour tous, une exposition plus importante depuis la Covid-19

Au-delà de la présence du tabac dans les films, **la Ligue contre le cancer alerte sur la banalisation de la présence du tabac, en augmentation pour cette 3^{ème} période de l'étude (2015-2019) : le tabagisme s'en retrouve normalisé.**

Une banalisation à la fois en termes d'événements tabagiques (74,6% avec banalisation de l'acte), de discours (71,5% avec banalisation de l'acte), de personnages plus neutres (87,8% des fumeurs) et de lieux plus diversifiés.

² Sondage réalisé par Ipsos pour la Ligue contre le cancer, en janvier 2021, auprès de 1500 jeunes de 18-34 ans, dont un sur-échantillon de 1110 individus âgés de 18 à 24 ans.

³ Sondage réalisé par Ipsos pour la Ligue contre le cancer, en janvier 2021, auprès de 1500 jeunes de 18-34 ans, dont un sur-échantillon de 1110 individus âgés de 18 à 24 ans

- dans 74,6% des situations, l'événement (une personne qui fume) se produit dans une situation banale (versus 61,5% en 2011-2014 et 64,6% en 2005-2010)
- 17% dans une situation de convivialité/bien-être (versus 25,1% en 2011-2014 et 24,4% en 2005-2010),
- 8,4% dans une situation de stress (versus 13,4% en 2011-2014 et 10,9% en 2005-2010) avec des fluctuations en fonction des années
- 87,8% des fumeurs ont un profil neutre
- 21,2% des personnages principaux sont fumeurs

Le niveau d'exposition progresse largement ; 66% des répondants des jeunes de 18 à 24 ans au volet opinion de l'étude indiquent passer plus de temps devant des films ou séries, quel que soit le support (TV, ordinateur, tablette, smartphone....), depuis le 1er confinement en mars 2020.

La Ligue contre le cancer dénonce l'influence des lobbies du tabac

Si, depuis la Loi Evin, la publicité, la promotion et le sponsoring pour le tabac sont interdits, **les industriels et lobby du tabac ont vite trouvé des façons détournées de montrer leurs produits dans les films et séries grand public.**

De nombreuses études montrent que plus les adolescents voient des personnages fumer à l'écran, plus ils sont enclins à fumer eux-mêmes. Le tabagisme dans les films est responsable à 37% de l'initiation au tabagisme des adolescents⁴. Modifier le comportement tabagique est possible ! Le nombre de jeunes fumeurs serait réduit de 18% si la présence du tabac était réglementée dans les films⁵. Le sondage de la Ligue contre le cancer révèle que les jeunes de 18 à 24 ans sont conscients de la responsabilité des industriels du tabac : 54% pensent qu'ils jouent un rôle dans la présence du tabac dans les films, dans un but commercial (20% tout à fait d'accord, 34% plutôt d'accord).

La Ligue contre le cancer appelle à la responsabilité des pouvoirs publics et à l'engagement de l'industrie française du cinéma à ses côtés pour mettre un terme au placement de produits orchestré par le lobby du tabac et à ses conséquences désastreuses pour la santé publique.

La Ligue contre le cancer appelle l'industrie du cinéma français à être son alliée contre le tabagisme pour mieux protéger les jeunes générations de ce fléau, première cause de cancers évitables en France. La Ligue rappelle que toute image de tabagisme, tout discours en faveur du tabac, constituent une promotion illégale de ce produit. Ainsi, la non-représentation du tabagisme dans les films peut contribuer à atteindre les objectifs ambitieux du Programme national de réduction du tabagisme visant la promotion d'une génération sans tabac.

Arrêtons la valorisation du tabac dans les films français et protégeons les jeunes !

A PROPOS DE LA LIGUE CONTRE LE CANCER

1^{er} financeur associatif indépendant de la recherche contre le cancer, la Ligue contre le cancer est une organisation non-gouvernementale indépendante reposant sur la générosité du public et sur l'engagement de ses militants. Forte de près de 780 000 donateurs dont 590 000 adhérents et 13 000 bénévoles, la Ligue est un mouvement populaire organisé en une fédération de 103 Comités départementaux. Ensemble, ils luttent dans quatre directions complémentaires : chercher pour guérir, prévenir pour protéger, accompagner pour aider, mobiliser pour agir. Aujourd'hui, la Ligue, fait de la lutte contre le cancer un enjeu sociétal rassemblant le plus grand nombre possible d'acteurs sanitaires mais aussi économiques, sociaux ou politiques sur tous les territoires. En brisant les tabous et les peurs, la Ligue contribue au changement l'image du cancer et de ceux qui en sont atteints. Pour en savoir plus : www.ligue-cancer.net

A PROPOS D'IPSOS

Ipsos est le troisième institut de sondage au monde, présent dans 90 marchés et comptant plus de 16 000 collaborateurs. Nos chercheurs, analystes et scientifiques sont passionnément curieux et ont développé des capacités multi-spécialistes qui permettent de fournir des informations et des analyses poussées sur les actions, les opinions et les motivations des citoyens, des consommateurs, des patients, des clients et des employés. Nos 75 solutions s'appuient sur des données primaires provenant de nos enquêtes, de notre suivi des réseaux sociaux et de techniques qualitatives ou observationnelles.

Notre signature « Game Changers » résume notre ambition d'aider nos 5 000 clients à évoluer avec confiance dans un monde en rapide évolution.

Créé en France en 1975, Ipsos est coté à l'Euronext Paris depuis le 1er juillet 1999. L'entreprise fait partie des indices SPF 120 et Mid-60 et est éligible au service de règlement différé (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP www.ipsos.com

⁴Influence of motion picture rating on adolescent response to movie smoking, James D Sargent, Susanne Tanski, Mike Stoolmiller, Pediatrics, 2012 Aug;130(2):228-36.

⁵ The Health consequences of smoking – 50 years of progress, US General Surgeon, 2014. p.777

CONTACTS PRESSE :

▶ Aelya NOIRET |
06 52 03 13 47 | noiret.aelya@gmail.com