



Communiqué de presse
Paris, 27 mai 2024

31 mai 2024 - journée mondiale sans tabac

Une enquête exclusive montre l'influence des contenus accessibles sur les plateformes digitales sur la consommation de tabac des 18 – 34 ans

85 % y sont exposés et ils sont 46 % à qui cela donne envie de fumer

L'Organisation Mondiale de la Santé estime que 37 millions de jeunes âgés de 13 à 15 ans consomment du tabac dans le monde. Elle appelle à faire de la journée mondiale sans tabac 2024 une journée pour « protéger les enfants de l'ingérence de l'industrie du tabac ».

A cette occasion, après avoir étudié la consommation de tabac au cinéma (voir encadré par 2), la Ligue contre le cancer publie les résultats d'une enquête, conduite par YouGov auprès de 1 000 personnes représentatives de la population nationale française, qui montre l'influence des plateformes et médias digitaux sur la consommation de tabac sur les jeunes adultes (18 – 34 ans).

L'analyse des résultats de l'étude font émerger les constats suivants.

1. L'exposition des jeunes au tabac à travers les plateformes et médias digitaux est majeure

85 % des jeunes de 18-34 ans disent avoir été exposés à des scènes, des vidéos, ou des photos montrant la consommation de tabac à travers un ou plusieurs canaux que sont les réseaux sociaux, les plateformes de streaming et les jeux vidéo au cours de ces six derniers mois. Toutes les plateformes digitales et médias sont bien concernées par l'exposition des jeunes à la consommation de tabac.

Dans le détail, on observe que les scènes de consommation de tabac sont **plus visibles sur les réseaux sociaux (63 %), puis sur les plateformes de streaming (52 %) et ensuite sur les sites de jeux vidéo (39 %)**, en corrélation avec l'usage de ces médias pour cette tranche d'âge.

On note que les **jeunes hommes sont globalement plus exposés (89 %)** que les jeunes femmes (81 %).

2. Les plateformes et médias sociaux ont une réelle influence sur l'incitation des jeunes à fumer

Près **d'1/3 des 18-34 ans (32 %) trouvent « attrayants »** les acteurs, influenceurs et personnages de jeux vidéo qui fument.

On remarque toutefois que presque l'équivalent des jeunes interrogés **(28 %) les trouvent « repoussants »** lorsqu'ils fument.

Mais en moyenne, **46 % sont d'accord** pour dire que l'exposition à la consommation de tabac à travers les plateformes et médias digitaux **leur donne envie de fumer**. La proportion passe à **70 % pour les fumeurs**.

En ce qui concerne les fumeurs, **les 2/3 (68 %) disent avoir été incités à fumer par l'exposition au tabac sur les réseaux sociaux et les plateformes streaming.**

3. La génération Z davantage concernée par cette exposition au tabac que la génération Y

On observe des différences de comportement au sein de la tranche d'âge de l'échantillon. Sans être plus nombreux à fumer, les jeunes de la **génération Z (18-24 ans), sont plus nombreux, avec 93 %, à avoir été exposés à la consommation de tabac** au cours de ces six derniers mois, toutes plateformes confondues, que ceux de la génération Y (25 – 34 ans), avec 81 %.

Ils sont également **plus nombreux (37 %, soit plus d'1/3) à trouver** les acteurs, influenceurs ou personnages de jeux vidéo fumeurs **attrayants**.

Surtout, ils sont **plus nombreux (56 %) à avoir envie de fumer** à la suite du visionnage d'une scène montrant la consommation de tabac Vs les 25-34 ans (40 %)

« La consommation de tabac constitue la première cause de mortalité évitable, avec 75 000 décès, dont 45 000 par cancer, chaque année en France. Si le tabagisme des jeunes a tendance à baisser¹, nous ne pouvons que nous en réjouir, on constate par cette enquête que les plateformes digitales constituent une source de mise en valeur du produit, qui donnent envie aux jeunes de fumer. Les plateformes et les producteurs de contenus portent collectivement la responsabilité de cette incitation alors qu'ils devraient tout faire pour en protéger les jeunes » souligne le Dr Emmanuel Ricard, délégué au service de prévention et promotion du dépistage de la Ligue contre le cancer.

La consommation de tabac au cinéma et son impact auprès des jeunes étudié de 2005 à 2022

La Ligue contre le cancer a analysé pendant près de 20 ans les placements de produits et la valorisation du tabagisme dans 450 films classés au box office. Cette étude a été complétée par un sondage mené en 2021 auprès des jeunes, pour mieux comprendre les perceptions et l'impact de cette exposition. Pour accéder aux résultats de ces études : [cliquer ici](#)

Méthodologie

Cette enquête a été réalisée en ligne en mai 2024, en France, sur la base de cinq questions fermées, sur le panel propriétaire de YouGov France, dont les membres ont accepté de participer à des enquêtes en ligne et ont reçu une invitation par courrier électronique avec un lien vers l'enquête. La définition de l'échantillon a été établie afin de fournir un échantillon représentatif de la population française conformément aux objectifs de l'étude via la méthode des quotas. Ces quotas s'appuient sur des données administratives, ou sur des données collectées par l'INSEE.

Taille de l'échantillon : 1002 répondants de 18 ans à 34 ans, représentatifs de la population nationale

¹ Le tabagisme a considérablement diminué chez les adolescents (de 25,1% de fumeurs quotidiens parmi les jeunes de 17 ans à 15.6% en 2022 - Source : enquête Escapad 2022

A PROPOS DE LA LIGUE CONTRE LE CANCER

1er 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 plus de 500 000 adhérents et 20 000 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 de l'image du cancer et de ceux qui en sont atteints. Pour en savoir plus : www.ligue-cancer.net

A PROPOS DE YUGOV

YouGov est un institut d'études international offrant des solutions globales et innovantes. Présent dans 55 pays, YouGov dispose d'un des plus grands panels propriétaires au monde (+26 millions de panélistes). Depuis plus de 20 ans, nous construisons une base de données connectées, continuellement enrichie. Ces living datas permettent aux marques et aux agences d'approfondir chacune de leurs analyses en temps réel et continu : identification et compréhension holistique des audiences cibles via plus d'un million de points de données, activation, pilotage et suivi des performances de marque et des campagnes, recontact de panélistes, etc. Pour en savoir plus, rendez-vous sur yougov.com

Contacts presse

Agence PRPA

Ellia Foucard-Tiab
Ellia.foucard@prpa.fr
06 23 06 08 90

Valentine Martin
valentine.martin@prpa.fr
06 32 29 43 82