



DOSSIER DE PRESSE | 14 MAI 2025

TABAC & POP CULTURE : L'INDUSTRIE DU TABAC SOUS LES PROJECTEURS

SOMMAIRE

01	LE TABAC, ACTEUR PRINCIPAL DE LA POP CULTURE	03
02	TABAC & POP CULTURE EN QUELQUES CHIFFRES	04
03	CINÉMA, SÉRIES, MUSIQUE : AUTANT D'ARMES POUR LES CIGARETTIERS	05
	Le grand écran, vitrine du tabac	05
	Streaming sous influence de la cigarette	07
	Quand les artistes participent à la glamourisation du tabac	08
04	IL EST TEMPS D'ARRÊTER DE DONNER AU TABAC LE RÔLE PRINCIPAL	09
05	« LE FESTIVAL OÙ TU CANES » : LE PREMIER FESTIVAL QUI RÉCOMPENSE LA PRÉSENCE DE L'INDUSTRIE DU TABAC DANS LES FILMS	10

LE TABAC, **ACTEUR PRINCIPAL** DE LA POP CULTURE

Devant un écran, le regard captivé par un film aux multiples Oscars, le dernier épisode d'une série à succès ou encore le clip musical d'un artiste emblématique, une scène se déroule. Soudain, le héros charismatique, la star adulée ou la rebelle invincible porte une cigarette aux lèvres. Ce simple geste, longtemps associé à la rébellion, à la liberté ou même à l'élégance, s'inscrit encore aujourd'hui dans l'imaginaire collectif.

Car oui, le tabac est toujours omniprésent dans la pop culture, et cela ne se limite pas aux vieux westerns. **Entre 2015 et 2019 plus de 90 % des films français comportent au moins un événement, un objet ou un discours en rapport avec le tabac¹. Cette influence ne se limite pas au cinéma : la proportion de clips musicaux montrant du tabac a doublé entre 2021 et 2022², et plus de la moitié des séries populaires auprès des jeunes contiennent des scènes de tabagisme³.**

Entre-temps, les efforts pour réduire la consommation de tabac, notamment chez les jeunes, portent des résultats encourageants. En cinq ans, la consommation de tabac chez les 17 ans a diminué de 10 points⁴. Cependant, **ces progrès risquent d'être contrebalancés par la banalisation du tabac dans la pop culture, une normalisation aux conséquences bien réelles.**

Selon une enquête de l'ACT, près de la moitié des 15-25 ans (48 %) affirment que voir du tabac dans les films et clips musicaux les incite à fumer et deux tiers d'entre eux estiment que les films et séries valorisent l'acte de fumer⁵. De plus, les jeunes qui regardent des séries populaires comportant des images de tabac ont **trois fois plus de chances de commencer à vapoter⁶.**

Pendant des décennies, le placement de produits a été un levier stratégique pour l'industrie du tabac, intégrant la cigarette dans les œuvres culturelles afin de façonner son image et d'influencer les consommateurs. Bien que ces pratiques soient officiellement interdites, le tabac reste omniprésent dans la pop culture.

Cette présence, qui touche des millions de spectateurs, reste souvent méconnue du grand public. C'est pourquoi l'ACT lance une campagne percutante à l'occasion du Festival de Cannes, un événement phare du cinéma, pour alerter sur cette réalité.

Dans un contexte où l'industrie du tabac continue d'exercer une influence considérable, l'ACT appelle les pouvoirs publics et les acteurs de la culture à prendre conscience de l'impact de leurs choix créatifs. Il est essentiel d'adopter des mesures concrètes pour protéger les jeunes générations des risques liés à cette exposition permanente.



Marion CATELLIN

Directrice de l'ACT-Alliance contre le tabac

« Si l'industrie du tabac a inscrit ses produits dans le paysage culturel depuis des décennies, il est désormais crucial de les remettre en question. À travers cette campagne, nous souhaitons provoquer une prise de conscience collective et rappeler que la présence de la cigarette à l'écran est avant tout le fruit de stratégies marketing conçues par l'industrie du tabac. Il est essentiel de redonner aux créateurs de contenu les clés pour façonner une culture libérée du tabac. »

TABAC & POP CULTURE EN QUELQUES CHIFFRES

Oppenheimer, un film de Christopher Nolan (2023)

48 %

des 15-25 ans ont le sentiment que la présence du tabac incite à fumer⁷

x 4

En moins de 10 ans, le tabac à l'écran a quadruplé dans les séries pour jeunes¹¹

6 spots publicitaires

l'équivalent de la présence moyenne du tabac dans un film français⁸

x 2

Le tabagisme dans les films double les risques de commencer à fumer⁹

53 %

des séries populaires chez les jeunes comportent des scènes de tabagisme¹⁰

2/3

des jeunes estiment que les films et séries valorisent la cigarette⁷



CINÉMA, SÉRIES, MUSIQUE : AUTANT D'ARMES POUR LES CIGARETTIERS

LE GRAND ÉCRAN, VITRINE DU TABAC

Pour certains acteurs, fumer à l'écran est une contrainte incontournable pour donner vie à leur personnage. C'est le cas de Cillian Murphy qui, lors du tournage d'*Oppenheimer* — un film comptant pas moins de 137 scènes de tabagisme —, a dû fumer plus de 3 000 cigarettes¹². Et il n'est pas le seul acteur à avoir allumé cigarette sur cigarette pour incarner un personnage fumeur : en 2025, 80 % des long-métrages nommés à l'Oscar du meilleur film comportaient des scènes de tabagisme¹³.

Si certains défendent ces choix pour des raisons artistiques, les conséquences, elles, sont bien réelles. Des études montrent qu'une exposition répétée au tabac à l'écran double le risque de commencer à fumer¹⁴. Par ailleurs, 72 % des ex-fumeurs affirment que ces scènes ravivent leur envie de cigarette¹⁵. De quoi se demander si créer un personnage principal fumeur n'est pas une forme de publicité en faveur du tabagisme.

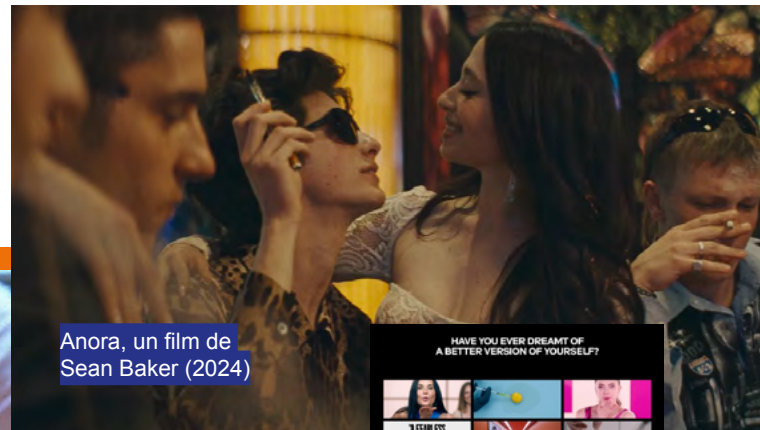
Aujourd'hui, la présence du tabac dans un film équivaut en moyenne à 6 spots publicitaires¹⁶. Il suffit d'observer les films récents pour constater son omniprésence. *The Substance*, récompensé aux Golden Globes, aux Oscars et au Festival de Cannes, présente une cigarette sur son affiche officielle. Même constat pour *Vingt Dieux*, un film français à l'affiche sorti en décembre 2024.

Timothée Chalamet, incarnant Bob Dylan dans *Un Parfait Inconnu*, nommé huit fois aux Oscars en 2025, est régulièrement filmé une cigarette à la main. Dans *L'Attachement*, l'actrice renommée Valeria Bruni Tedeschi fume à l'intérieur, en présence d'un enfant. Quant à *Anora*, Palme d'or du Festival de Cannes 2024 puis doublement récompensé cette année aux Oscars dans les catégories meilleur film et meilleure actrice, il met en scène plusieurs séquences de tabagisme et du vapotage impliquant des jeunes, souvent dans des espaces clos.

Ces exemples illustrent à quel point le tabac demeure ancré dans l'esthétique du cinéma, au détriment de la santé des spectateurs, en particulier des plus jeunes. Alors que les campagnes de prévention et de sensibilisation intensifient leurs efforts pour contrer l'influence de l'industrie du tabac, le grand écran, lui, continue de glamouriser et de banaliser sa consommation.



Pulp Fiction, un film de Quentin Tarantino (1994)



Anora, un film de Sean Baker (2024)



The Substance, un film de Coralie Fargeat (2024)



L'amour ouf, un film de Gilles Lellouche (2024)



Vingt Dieux, un film de Louise Courvoisier (2024)

LE PLACEMENT DE PRODUITS DU TABAC DANS LE CINÉMA

En France, toute publicité, directe ou indirecte, pour le tabac est interdite depuis 1991, en vertu de la loi Évin¹⁷. Cette interdiction s'étend également aux partenariats ainsi qu'au placement de produits dans le cinéma, les séries et la musique.

Cependant, grâce au travail d'enquête du journaliste Paul Moreira pour un documentaire diffusé sur Canal + en 2013, il a été révélé que, **même après l'adoption de cette loi, des accords secrets de placement de produits ont été conclus entre les cigarettiers et certains acteurs de l'industrie du divertissement**, notamment des agences de production et des réalisateurs.

Le placement de produits a longtemps fait partie intégrante des stratégies de promotion des cigarettiers, avec des contrats célèbres tels que ceux conclus avec des figures comme **Sylvester Stallone** ou **Alain Delon** pour des marques de cigarettes. Parmi les exemples connus, on retrouve également **le placement des cigarettes Gauloises** de la Seita dans plusieurs films français, tels que *Quartier V.I.P.* (2005), *Agents Secrets* (2004) ou encore *Le Fabuleux Destin d'Amélie Poulain* (2001).

Des documents internes à Philip Morris et R.J. Reynolds montrent d'ailleurs que l'industrie du tabac considèrerait explicitement le cinéma comme un levier marketing puissant pour associer la cigarette à des images positives et séduisantes, notamment auprès des jeunes¹⁸.



L'Attachement, un film de Carine Tardieu (2024)

STREAMING SOUS INFLUENCE DE LA CIGARETTE

Aujourd'hui, **53 % des séries les plus regardées par les jeunes contiennent des scènes de tabagisme**. Pire encore, entre 2021 et 2022, le nombre de scènes montrant du tabac dans ces productions a augmenté de **110 %**, exposant ainsi plus de **25 millions de jeunes** à ces images¹⁹.

Malgré les preuves établissant un lien entre l'exposition au tabac à l'écran et la consommation chez les plus jeunes²⁰, les plateformes de streaming continuent de diffuser voire de produire des séries où les cigarettes sont toujours présentes.

L'un des exemples les plus frappants est **Stranger Things**, l'une des séries les plus regardées de l'histoire de Netflix, qui comptait pas moins de **262 scènes de tabagisme** dans sa deuxième saison²¹. D'autres productions à succès illustrent cette tendance. Dans la quatrième saison de **Formula 1 : Drive to Survive**, chaque spectateur a été exposé à plus de **34 minutes** de contenu lié au tabac²². **Certaines séries françaises vont même jusqu'à montrer des femmes enceintes fumer (Dix pour cent, Salade grecque)**, allant totalement à l'encontre des recommandations sanitaires.

Stranger Things
Saison 2

262

scènes de tabagisme

Formula 1 :
Drive to Survive

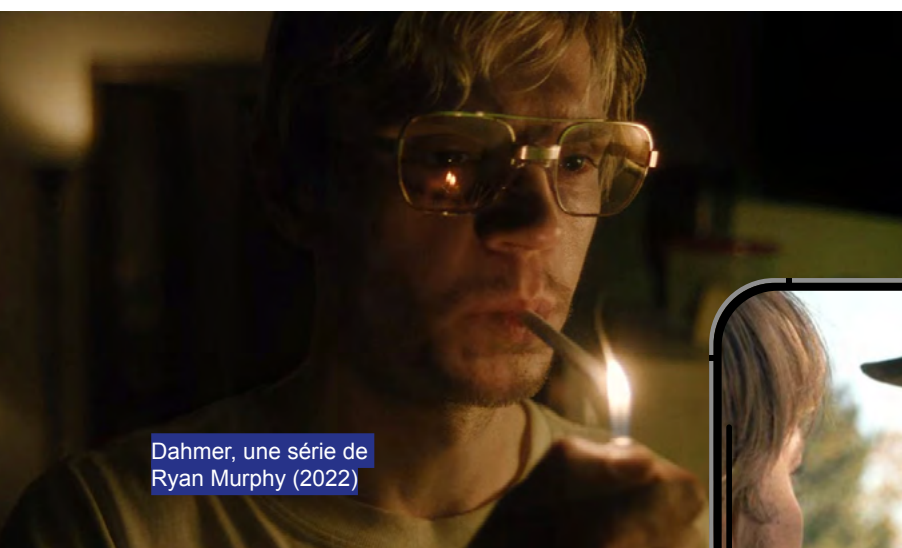
34 min

de contenu lié au
tabac

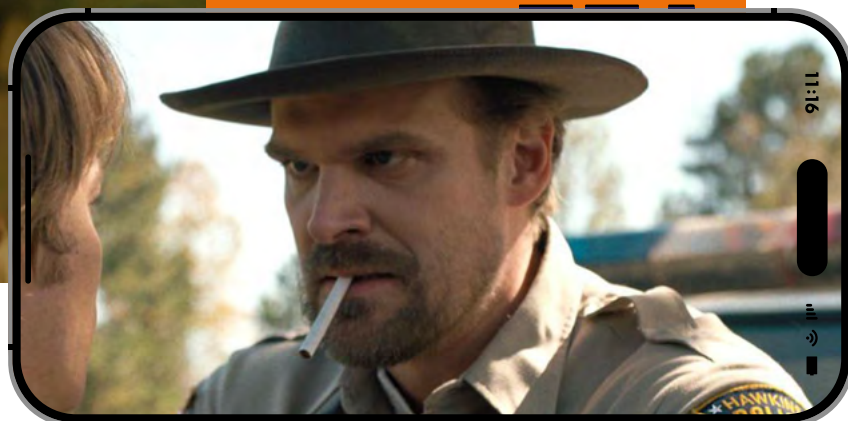
Dahmer

306

scènes de tabagisme



Dahmer, une série de
Ryan Murphy (2022)

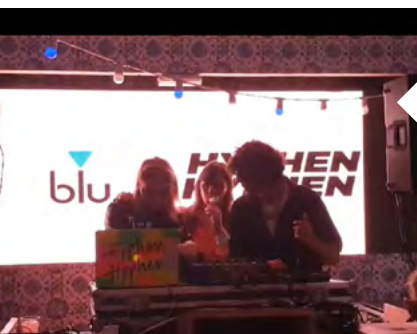


Stranger Things Saison 2, une
série des frères Duffer (2017)

QUAND LES ARTISTES PARTICIPENT À LA GLAMOURISATION DU TABAC

L'industrie du tabac s'infiltré aussi dans le monde de la musique et des artistes de renom pour normaliser et promouvoir ses produits. L'exposition au tabac dans les clips musicaux est en forte augmentation : selon une étude de Truth Initiative, la proportion de vidéos des chansons les plus populaires (selon le classement Billboard) montrant du tabac a doublé en un an, passant de 12,8 % en 2021 à 28 % en 2022²³.

Par ailleurs, les cigaretteurs profitent aussi des événements musicaux pour assurer la visibilité de leurs produits. Selon un rapport de l'ACT, entre janvier et février 2020, Blu la marque de cigarettes électroniques d'Imperial Brands, a invité 52 influenceurs à des concerts, générant ainsi une large exposition²⁴. Des personnalités suivies par un jeune public ont relayé cette collaboration, souvent accompagnée du hashtag #Myblucommunity. De plus, le groupe musical Hyphen Hyphen a donné un concert privé lors d'une soirée organisée par Blu²⁵.

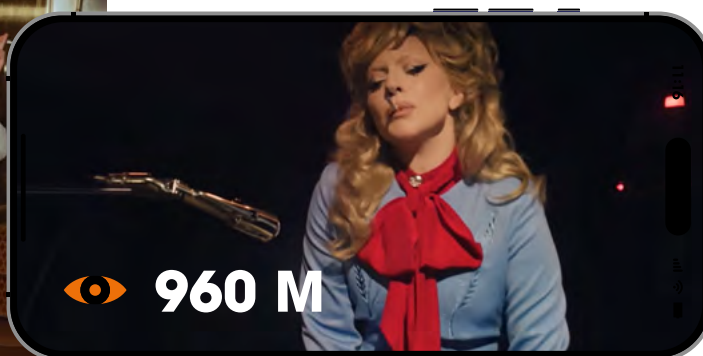
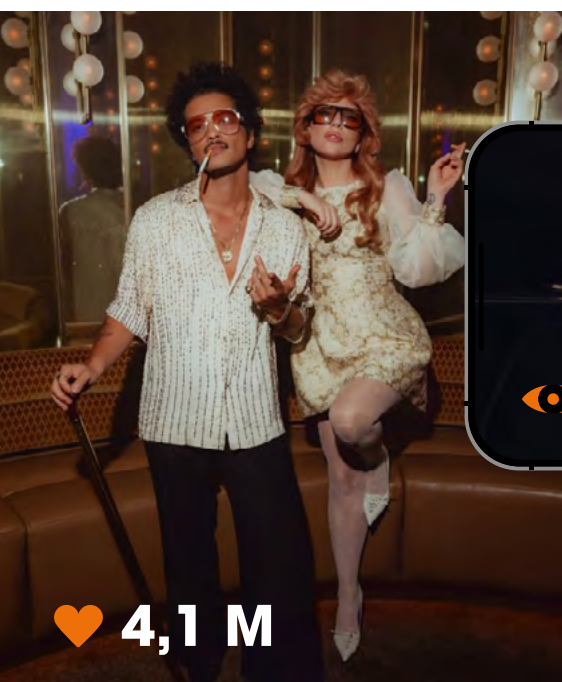


Ces stratégies visent à redorer l'image des cigaretteurs en associant leurs produits à des moments festifs où se retrouvent les idoles des adolescents. L'objectif des industriels est clair : attirer les jeunes vers la dépendance à la nicotine tout en contournant les interdictions publicitaires.



Certaines chanteurs et chanteuses influentes participent également à la glamourisation du tabac. Par exemple, Rosalía a offert un bouquet de cigarettes à Charli XCX pour son anniversaire²⁶, tandis qu'Addison Rae fume deux cigarettes en même temps dans son clip *Aquamarine*²⁷.

Dans la vidéo de « *Die with a Smile* » de Bruno Mars et Lady Gaga, cumulant plus d'un milliard de vues et occupant actuellement la seconde place du top mondial des clips musicaux sur YouTube²⁸, Lady Gaga passe près de la moitié du clip une cigarette à la bouche, allant même jusqu'à chanter tout un refrain sans la lâcher. Pour promouvoir la chanson, Bruno Mars, suivi par plus de 42 millions d'abonnés sur Instagram, a publié une photo le montrant avec Lady Gaga en train de fumer, un post qui a recueilli plus de 4 millions de likes²⁹.



« *Die with a Smile* », un clip de Lady Gaga et Bruno Mars (2024), disponible sur YouTube.

IL EST TEMPS D'ARRÊTER DE DONNER AU TABAC LE **RÔLE PRINCIPAL**

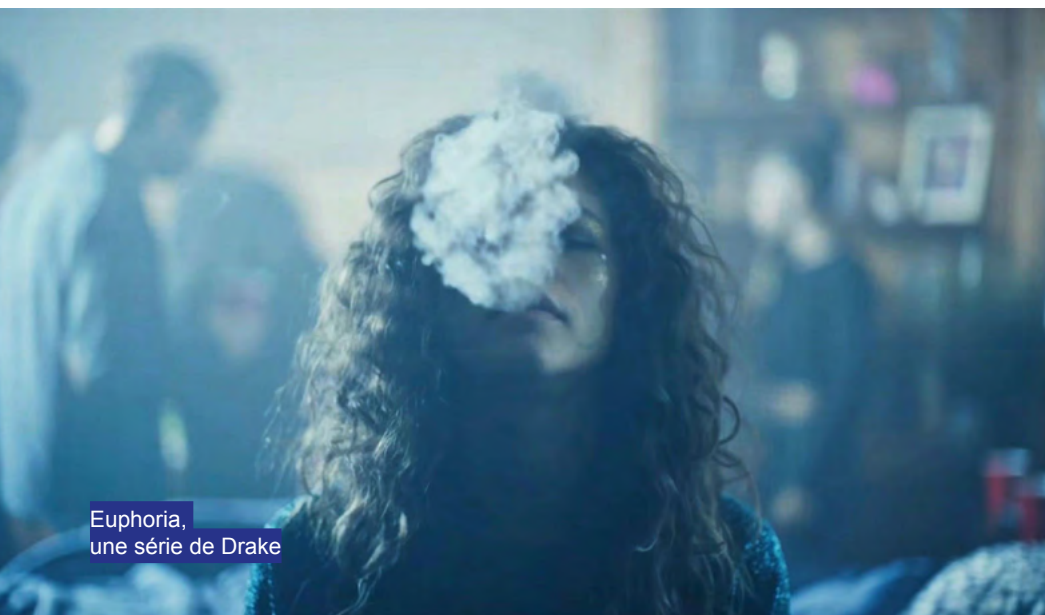
La surreprésentation du tabac dans les films et séries nuit aux progrès réalisés dans la lutte contre le tabagisme en particulier chez les jeunes et contrevient à l'interdiction de toute forme de promotion des produits du tabac, prévue à l'article 13 de la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac.

Face à cette situation, l'ACT appelle les pouvoirs à public à établir, sur le modèle de la charte alimentaire élaborée par l'ARCOM, une charte avec les parties prenantes du monde audiovisuel, encourageant notamment les sociétés de production et de diffusion à limiter la diffusion et la valorisation des produits du tabac dans les œuvres audiovisuelles

Cet objectif était présent dans le PNLT 2018-2022 pour « co-construire une charte avec l'ensemble des parties prenantes (société civile, syndicats audiovisuels et du secteur de l'influence, éditeurs et producteurs audiovisuels, CNC, ministères de la culture et de la santé...) à partir d'exemples concrets, ce qui doit être considéré comme de la promotion du tabac dans les domaines artistique, culturel et médiatique ». Cette action n'a cependant pas été réalisée et l'actuel PNLT se contente de prévoir la « dénormalisation du tabac dans les œuvres cinématographiques actuelles ».

Un tel dispositif s'inscrirait dans la continuité des engagements qui ont déjà été pris par plusieurs sociétés de production, en particulier aux États-Unis. La société Disney s'est ainsi engagée à « limiter activement la représentation du tabagisme dans les films destinés aux jeunes », tout comme la société Paramount Pictures ou Warner Bros qui ont pris des engagements similaires.

Euphoria,
une série de Drake



« LE FESTIVAL OÙ TU CANES » : LE PREMIER FESTIVAL QUI RÉCOMPENSE LA PRÉSENCE DE L'INDUSTRIE DU TABAC DANS LES FILMS

Véritable star du grand écran, l'industrie du tabac s'offre un rôle de choix dans la pop culture, infiltrant les films, les séries et les clips musicaux sans jamais passer de casting. Cette omniprésence insidieuse, qui normalise le tabagisme et influence des millions de spectateurs, est souvent méconnue du grand public. **C'est pourquoi l'ACT lance une grande campagne de sensibilisation en marge du Festival de Cannes : le « Festival où tu canes ».**



Détournant les codes graphiques du Festival de Cannes, une fausse cérémonie mettra en lumière les coulisses sombres de la présence du tabac dans le septième art. **Portée par le créateur de contenus Doigby** et diffusée en live sur **Twitch**, elle vise à sensibiliser le jeune public aux stratégies insidieuses des cigaretteurs.

La campagne prendra vie sur plusieurs fronts :

- **Une cérémonie diffusée sur Twitch** suivie d'une table ronde puis relayée sur les réseaux sociaux et amplifiée par différents influenceurs engagés pour notre cause ;
- **Une campagne d'affichage chiffrée** dénonçant la présence du tabac ; visible dans l'espace public et sur les réseaux sociaux ;
- **Des happenings à Cannes et à Paris** pour rendre visible l'omniprésence de l'industrie du tabac dans le cinéma ;
- **Une vidéo décryptage** élaborée avec Sens Critique pour analyser le rôle que prend la cigarette à l'écran dans les films et série.

Avec cette campagne, l'ACT rappelle que si le cinéma façonne des icônes, il ne devrait jamais être une vitrine pour une industrie qui tue un consommateur sur deux.



1. La Ligue contre le cancer, « Tabac et cinéma », mai 2021. Disponible sur <https://www.ligue-cancer.net/articles/tabac-et-cinema#:~:text=Le%20tabac%20demeure%20quasi%20omnipr%C3%A9sent,parle%20de%20tabac>.
2. Truth Initiative, "Lights, Camera, Tobacco?", mars 2024. Disponible sur <https://truthinitiative.org/research-resources/tobacco-pop-culture/top-music-videos-are-viewed-billions-times-youtube-and-many>
3. Ibid.
4. Brissot A, Le Nézet O, Spilka S. Focus. L'usage de tabac chez les jeunes de 17 ans : résultats de l'enquête Escapad. Bull Épidémiol Hebd. 2023;(9-10):166-9. Disponible sur https://beh.santepubliquefrance.fr/beh/2023/9-10/2023_9-10_3.html
5. ACT-Alliance contre le tabac, « Indicateurs #11 », février 2025.
6. Truth Initiative, "Straight to vape", septembre 2020. Disponible sur <https://truthinitiative.org/research-resources/tobacco-pop-culture/straight-vape>
7. ACT-Alliance contre le tabac, « Indicateurs #11 », février 2025.
8. La Ligue contre le cancer. « Tabac et cinéma ». Mai 2021. Disponible sur <https://www.ligue-cancer.net/articles/tabac-et-cinema>
9. Truth Initiative, "Lights, Camera, Tobacco?", mars 2024. Disponible sur <https://truthinitiative.org/research-resources/tobacco-pop-culture/top-music-videos-are-viewed-billions-times-youtube-and-many>
10. Ibid.
11. Ibid.
12. The Times, "Smoking on film back in fashion as on-screen cigarette use soars", janvier 2024. Disponible sur <https://www.thetimes.com/uk/article/smoking-on-film-back-in-fashion-as-on-screen-cigarette-use-soars-8bdprch6h>
13. Truth Initiative, "80% of this year's Oscar® Best Picture nominees include tobacco imagery", février 2025. Disponible sur <https://truthinitiative.org/research-resources/tobacco-pop-culture/80-years-oscarr-best-picture-nominees-include-tobacco>
14. Truth Initiative, "Lights, Camera, Tobacco?", mars 2024. Disponible sur <https://truthinitiative.org/research-resources/tobacco-pop-culture/top-music-videos-are-viewed-billions-times-youtube-and-many>
15. La Ligue contre le cancer, « Tabac et cinéma », mai 2021. Disponible sur <https://www.ligue-cancer.net/articles/tabac-et-cinema#:~:text=Le%20tabac%20demeure%20quasi%20omnipr%C3%A9sent,parle%20de%20tabac....>
16. Ibid.
17. Loi n° 91-32 du 10 janvier 1991 relative à la lutte contre le tabagisme et l'alcoolisme. Disponible sur <https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000000344577>
18. Mekemson C, Glantz SA «How the tobacco industry built its relationship with Hollywood» 2002. Disponible sur https://tobaccocontrol.bmj.com/content/11/suppl_1/i81
19. Truth Initiative, "Lights, Camera, Tobacco?", mars 2024. Disponible sur <https://truthinitiative.org/research-resources/tobacco-pop-culture/top-music-videos-are-viewed-billions-times-youtube-and-many>
20. National Center for Chronic Disease Prevention and Health Promotion Office on Smoking and Health "Preventing Tobacco Use Among Youth and Young Adults: A Report of the Surgeon General", 2012. Disponible sur <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK99237/>
21. France Inter, « Netflix fait-il fumer l'Amérique », avril 2022. Disponible sur <https://www.radiofrance.fr/franceinter/podcasts/l-edito-m/l-edito-m-du-lundi-04-avril-2022-9976194>
22. STOP. "DRIVING ADDICTION: F1, Netflix and Cigarette Company Advertising", mars 2023.
23. Truth Initiative, "Lights, Camera, Tobacco?", mars 2024. Disponible sur <https://truthinitiative.org/research-resources/tobacco-pop-culture/top-music-videos-are-viewed-billions-times-youtube-and-many>
24. ACT-Alliance contre le tabac, « Promotion illégale : 229 influenceurs mobilisés par les cigarettiers », février 2025. Disponible sur <https://alliancecontreletabac.org/2025/03/10/promotion-illegale-229-influenceurs-mobilises-par-les-cigarettiers/>
25. Instagram, @claire.does.concerts, 27 septembre 2019. Disponible sur <https://www.instagram.com/p/B26VJLNoH0U/>
26. BBC, "'Pack of cigs and a Bic lighter': Why are celebs glamorising smoking again?", novembre 2024. Disponible sur <https://www.bbc.com/news/articles/ce8dy5v1kpn0>
27. YouTube, Addison Rae « Aquamarine », novembre 2024. Disponible sur <https://www.youtube.com/watch?v=Q6t6YIVZLhG0>
28. YouTube, Lady Gaga et Bruno Mars « Die with a smile », août 2024. Disponible sur <https://www.youtube.com/watch?v=kPa7bsKwL-c>
29. Instagram, @Brunomars, novembre 2024. Disponible sur https://www.instagram.com/p/DCPb1sXSYmn/?img_index=1



ACT-Alliance contre le tabac

L'ACT-Alliance contre le tabac est un contre-lobby d'intérêt général qui œuvre depuis plus de 30 ans pour un monde libéré des produits du tabac et de la nicotine. À ce titre, l'ACT déploie des campagnes de sensibilisation et de plaidoyer dénonçant les stratégies et les manipulations de l'industrie la plus mortifère au monde : l'industrie du tabac. Au-delà de fédérer les forces de plus de 20 associations, l'ACT mobilise décideurs, acteurs de la société civile, médias et opinion publique pour voir émerger en France la première génération sans tabac, à l'horizon 2032.

www.alliancecontreletabac.org

