



CAPITALE NEMO, THOMAS PESQUET ET EMMAUVILLE CHARPENTIER

DÉPENDANCES EN BREF Service d'alcoologie, CHUV, Lausanne**La publicité pourrait contribuer à une augmentation de la consommation d'e-cigarette chez les jeunes**

Aux Etats-Unis, la publicité pour les cigarettes à la télévision a été interdite depuis 1971, mais la publicité pour les e-cigarettes n'est pas réglementée. Selon les données citées dans cette étude, l'exposition des jeunes à des publicités pour

l'e-cigarette a augmenté de plus de 250% de 2011 à 2013; l'utilisation d'e-cigarettes au cours des 30 derniers jours par les étudiants de niveau secondaire a augmenté de 1,5% à 13,4% au cours de cette même période. Les chercheurs

ont utilisé les données de la National Youth Survey Tobacco (n = 22007) pour examiner l'association entre l'exposition auto-reportée à des publicités pour l'e-cigarette et l'utilisation actuelle chez les élèves des niveaux scolaires intermédiaires (n = 10 419) et secondaires (n = 11 399).

- Les probabilités d'une utilisation d'e-cigarette au cours des 30 derniers jours étaient plus élevées chez les élèves ayant rapporté une exposition fréquente à des publicités avec des odds ratio ajustés allant de 1,54 à 2,91 en fonction du support.
- Les probabilités étaient plus importantes pour les élèves ayant rapporté une exposition «la plupart du temps/toujours», suggérant une possible relation dose-effet.

Commentaires: ces résultats suggèrent un lien entre le fait de voir des publicités et l'utilisation d'e-cigarettes. Bien que cette

étude transversale ne puisse établir un lieu de causalité des recherches antérieures sur la publicité pour le tabac traditionnel donnent l'alerte quant au fait que les publicités non réglementées pour l'e-cigarette peuvent cibler les jeunes et influencer leur comportement. Ces résultats suggèrent que les efforts pour réduire l'exposition des jeunes à la publicité sont justifiés.

Dr Caroline Graap
(traduction française)

Dr Sharon Levy, MD
(version originale anglaise)

Singh T, Agaku IT, Arrazola RA, et al. Exposure to advertisements and electronic cigarette use among US middle and high school students. *Pediatrics* 2016;137.

