



L'interdiction de l'exposition aux présentoirs des produits du tabac dans les points de vente permet de réduire considérablement l'exposition à la publicité en faveur du tabac

Rubrique : actualités 2013, mardi 10 juillet 2013

L'interdiction de l'exposition aux présentoirs des produits du tabac dans les points de vente permet de réduire considérablement l'exposition à la publicité en faveur du tabac

Une nouvelle étude parue dans Health Education Research compare les données relatives à l'effet de l'interdiction de l'exposition aux présentoirs des produits du tabac dans les points de vente en Australie, au Canada, au Royaume-Uni et aux États-Unis. Les auteurs de cette étude ont analysé les données de la International Tobacco Control Four Country Survey (ITC-4), une étude multipays des fumeurs adultes âgés de plus de 18 ans entre 2006 et 2010.

Au cours de cette étude, l'Australie et le Canada ont mis en Suvre des interdictions d'exposition aux présentoirs des produits du tabac dans les points de vente, ce qui n'est pas le cas des États-Unis ni du Royaume-Uni. Les chercheurs ont constaté une forte diminution de l'exposition à la publicité en faveur du tabac dans les pays ayant mis en Suvre ces interdictions.

Les principaux résultats

- Entre 2006 et 2010, l'exposition des fumeurs à la publicité en faveur du tabac a diminué de manière significative ; elle est effet passée de 74,1 % à 6,1 % au Canada et de 73,9 % à 42,9 % en Australie où des interdictions d'exposition aux présentoirs des produits du tabac dans les points de vente ont été mises en Suvre.
- Entre 2006 et 2010, l'exposition des fumeurs à la publicité en faveur du tabac est restée élevée aux États-Unis et a légèrement augmenté au Royaume-Uni, deux pays dans lesquels aucune interdiction d'exposition aux présentoirs des produits du tabac dans les points de vente n'a été mise en Suvre.
- L'achat impulsif de cigarettes était moins fréquent au Canada et en Australie qu'au Royaume-Uni et aux États-Unis. **Les messages forts**
- La mise en Suvre d'interdictions d'exposition aux présentoirs des produits du tabac dans les points de vente a permis de réduire de manière significative l'exposition à la publicité en faveur du tabac et les achats impulsifs de cigarettes.

Citation complète : Li L, Borland R, Fong G, Thrasher J, Hammond D, Cummings K. Impact of point-of-sale tobacco display bans : findings from the International Tobacco Control Four Country Study Survey. Health Education Research 2013. 1-13.

Autres ressources : pour plus d'informations sur la publicité en faveur du tabac et la promotion du tabac, consultez le site : <http://global.tobaccofreekids.org/f...>

Health Education Research publie des documents originaux approuvés par des spécialistes et traitant de toutes les questions essentielles en matière de promotion et d'éducation sanitaires dans le monde entier.

Pour toute question concernant cette étude ou la façon dont vous pouvez l'utiliser dans le cadre de vos efforts de lutte antitabac, n'hésitez pas à envoyer un courriel à l'adresse suivante : research@global.tobaccofreekids.org.

***** Campaign for Tobacco-Free Kids 1400 Eye Street, NW, Suite 1200 Washington, DC 20005 +1 (202) 296-5469 +1 (202) 296-5427 (télécopie) www.global.tobaccofreekids.org
www.tobaccofreekids.org