



INPES Campagne de communication

Rubrique : actualités - Date : mercredi 26 juin 2002

Sous le titre « Cigarettes et risque sanitaire pour un choc publicitaire » le Monde revient sur la campagne lancée par l'INPES Institut national de prévention et d'éducation à la santé (ex CFES) et la CNAM. Le journal qui présente les deux spots diffusés depuis dimanche afin de « faire peur pour bousculer » (voir revue de presse d'hier) indique que selon le Pr Hirsch « jusqu'à présent la communication sur le tabac était très frileuse, peu informative ».

« Nous avons souhaité opter pour une opération vérité afin de contrecarrer la désinformation des cigarettiers », explique-t-il. Notant que « la consommation globale de cigarettes diminue chez les adultes mais progresse chez les adolescents » et que « les idées ne manquent pas (aux industriels du tabac) pour contourner la loi », le journal observe que cette campagne « s'inspire des actions efficaces de sensibilisation menées depuis 1999 aux Etats Unis autour du thème « The Truth » (« la vérité »).