



CAMPAGNE ANTI-TABAC DU CNCT

Rubrique : actualités - Date : mardi 23 juillet 2002

La plupart des quotidiens reviennent sur la campagne contre la cigarette réalisée par le Comité national contre le tabagisme (CNTC) et diffusée hier sur TF1. Ce nouveau spot télé qui s'inspire de la méthode anglo-saxonne met en scène un fumeur atteint d'un cancer du poumon en phase terminale. Le Figaro qui titre « L'agonie en direct, arme anti-tabac » se demande s'il « faut vraiment exhiber les images de l'agonie d'un homme de 49 ans par cancer du poumon pour lutter contre le tabagisme ». Le quotidien répond que « les études d'évaluation des messages anti-tabac menées en Grande-Bretagne ont appris que, désormais, les campagnes télévisées basées sur les témoignages de vrais malades ont un impact notable sur le comportement des fumeurs ». D'après Le Figaro, c'est en s'appuyant sur la théorie selon laquelle les témoignages d'anciens fumeurs malades sont le plus à même d'avoir un impact en termes de réduction du tabagisme dans la population, que les experts du Comité national contre le tabagisme ont décidé de lancer la nouvelle campagne. En outre, Sylviane Ratte (Lutte anti-tabac, Ligue nationale contre le tabac) explique dans les colonnes du quotidien que « les campagnes basées sur la dénonciation des risques seuls n'ont pas autant d'effets, car trop irréelles », et estime au contraire qu'« il faut montrer la réalité, même si elle est dérangeante, afin de sensibiliser à hauteur des enjeux ». Selon le Professeur Dubois, président du CNTC, dont les propos sont publiés par Libération, il s'agit de « dénormaliser, de changer le regard sur le tabac et la maladie qu'il provoque », et d'avertir les adolescents, dont « la moitié mourra de son tabagisme dans un délai de vingt à trente ans », sur les dangers du tabac qui sont, précise le Professeur Dubois, « largement masqués par la communication déloyale et agressive des cigaretteurs ». Sous le titre « Un mort contre le tabac », France Soir, qui rappelle que le tabac fait 60000 morts chaque année, consacre une partie de son dossier sur la campagne anti-tabac au « long combat de Lucette Gourlain », la femme de Richard Gourlain, l'homme que l'on voit de dos dans le spot. Le quotidien rapporte qu'« au travers de son association Jamais la première, Lucette Gourlain espère sauver les autres du naufrage de la cigarette » et qu'elle a souhaité à travers ce spot de trente secondes raconter « un calvaire qui a duré plus d'une dizaine d'années ». Cette nouvelle campagne comprendra 18 passages et durera jusqu'au 5 août.