



Quand les cigarettiers se mettent à... la prévention !

Rubrique : actualités - Date : mercredi 13 novembre 2002

enez-vous bien, une agence de publicité allemande est engagée dans la conception d'une campagne de prévention du tabagisme destinée aux enfants de 8 à 14 ans. Là o&ugrav; c'est intéressant, c'est que le commanditaire de la campagne s'appelle... Philip Morris !

Oui vous avez bien lu. Le fabricant de cigarettes... La campagne en question, qui comprend des publicités pour des manifestations sportives et des messages sur Internet, est articulée autour de « l' Année des sports scolaires. » Son slogan ? « Kids rauchen nicht », « les enfants ne fument pas ».

Bien évidemment le nom de Philip Morris n'apparaît jamais ! Il y a cependant de fortes chances que cette campagne ne soit jamais proposée à la vue du public. L'industrie du tabac et le ministère allemand de la Santé avaient en effet signé un accord en mars dernier, aux termes duquel les compagnies de tabac ne pouvaient promouvoir des programmes de prévention du tabagisme...

Philip Morris n'a pourtant pas hésité à franchir le pas, se lançant dans une politique de communication que d'aucuns ne manqueront pas de juger scandaleuse !

(Destination Santé)