



Les méthodes des cigaretteurs pour « draguer » les jeunes

Rubrique : actualités - Date : jeudi 20 février 2003

Paris Match se penche sur « les méthodes des cigaretteurs pour « draguer » les jeunes ». Indiquant que 6% des enfants de 12 ans fument quotidiennement, de même qu'un tiers des lycéens, le journal observe que selon l'institut national de prévention et d'éducation pour la santé (Inpes) la jeunesse est donc un marché « qui ne peut laisser les cigaretteurs indifférents ». Affirmant que « côté jardin les compagnies de tabac applaudissent » la possible interdiction de vente aux moins de 16 ans, l'hebdo souligne que « côté cour des professionnels du marketing et de l'événementiel prétendent être démarchés par des cigaretteurs ». Un designer dit travailler directement sur les paquets (icônes, BD, sigles, couleurs) afin qu'ils deviennent « ludiques voire précieux ». Par ailleurs « à l'ombre de la loi Evin des compagnies sponsorisent des soirées » assure le magazine qui note qu'elles s'associent aussi « aux grandes manifestations musicales, Printemps de Bourges, Francofolies » et qu'ainsi le comité national contre le tabagisme avait poursuivi Philip Morris pour « promotion illégale sur lieux de vente » à l'intérieur de Roland Garros, la société offrant des casquettes contre l'achat de paquets.