



Femmes, tabac et « pièges marketing »

Rubrique : actualités - Date : mardi 22 avril 2003

Dans son édition de mai Vital publie une enquête sur « les pièges marketing » utilisés par les fabricants de cigarettes pour inciter les femmes à fumer ». Des pièges qui vont des cigarettes parfumées à la vanille, à la cerise, au chocolat ou à la mangue, jusqu'à l'utilisation de « la carte-minceur » avec dès les années 30 le slogan « prenez une Lucky plutôt qu'un bonbon », sachant qu'aujourd'hui aux Etats Unis 40% des lycéennes disent utiliser la cigarette pour ne pas grossir, en passant par le jeu de l'élégance et du « chic » afin de séduire la consommatrice, pour arriver enfin sur ce créneau récent, « la respectabilité » et « la main tendue aux bonnes oeuvres ». Exemple : la brochure « Ensemble contre la violence domestique » de la Fédération nationale solidarité femme qui est signée par Philipp Morris. Et bien sûr plus « classiques » les logos sur les T shirts, lunettes et stylos, les « grands jeux gratuits », les « vêtements branchés » et le parrainage d événements sportifs. Sans oublier les « derniers domaines où la cigarette est reine : le cinéma et la mode » avec des « comédiennes en renom (&) (qui) crachent des volutes à l'oeil ou moyennant finance » et des mannequins vedettes qui fument souvent, ce qui renforce « le message d'élégance et de contestation que l'industrie du tabac veut voir associé à la cigarette ».

A noter une interview de Philippe Lamoureux directeur de l'INPES (Institut national de prévention et d'éducation pour la santé) qui évoque l'opération « pages sans fumée » et la charte signée avec 16 magazines féminins, afin d'éviter toute promotion du tabac. Pour lui « il était urgent de casser le stéréotype de la cigarette séduction ».

Sans oublier un encart sur « le mythe des légères ». Le magazine qui affirme les « lights » sont un peu moins nocives en raison des petits trous percés au niveau du filtre pour diluer la nicotine, souligne que toutefois la fumeuse tire plus profondément et fréquemment sur la cigarette pour avoir sa « dose » et qu'elle « multiplie les bouffées en bouchant les micropores avec ses doigts et en laissant des mégots plus courts ».