



Les campagnes antitabac portent leurs fruits

Rubrique : actualités - Date : mercredi 20 août 2003

Selon Le Figaro Economie, « les fabricants sont sur la défensive ». Il n'est plus question pour eux de s'opposer aux campagnes antitabac et ils ont « entériné » l'effet nocif du tabac. Précisant que les lois sur la publicité du tabac ont ramené les actions marketing à « la portion congrue » et que d'autres prestations (vêtements, voyages) « ont fait long feu », le journal relève que la diversification se fait dans le domaine de l'agroalimentaire « pour limiter les risques financiers liés aux procès » alors que les investissements sont réalisés dans les pays où « la législation est moins stricte ».

Pourtant d'après le Fig-éco « l'industrie du tabac est intrinsèquement rentable » mais « les multiples procès mettent (sa) santé financière en danger ». Le quotidien qui relève que « les groupes de tabac cherchent à grandir notamment par acquisitions » souligne que la nécessité de grandir impose aux fabricants une politique de marques contraignante car dès lors, selon le vice président de Philipp Morris, « il faut être présent sur tous les segments du marché les marques locales comme les marques mondiales ».