



63 % des internautes approuvent la campagne télévisée contre le tabac

Rubrique : actualités - Date : mercredi 11 août 2004

Le sujet des campagnes de prévention est toujours épineux. La question qui se pose est de savoir comment faire passer au mieux le message de prévention qui doit permettre de préserver la santé publique. Il est en effet extrêmement difficile de mesurer l'incidence réelle d'une campagne sur les comportements particuliers, on ne sait jamais comment les gens reçoivent un message et se l'approprient. Pendant longtemps la France a fait preuve d'une certaine réserve dans le domaine de la lutte contre le tabagisme.

Pourtant, il semble bien que cette époque soit révolue et que les mauvais résultats hexagonaux en matière de tabagisme aient incité les pouvoirs publics à changer de stratégie. Ainsi a-t-on récemment pu voir sur nos écrans un spot alarmiste mettant en garde contre les produits toxiques contenus dans la cigarette, puis un autre montrant l'agonie d'un homme atteint de cancer du poumon. Les internautes approuvent cette présentation crue et directe de la réalité : 65% jugent positive une telle campagne, contre 13% seulement qui la jugent négative. C'est en outre le deuxième événement à leur avoir particulièrement plu dans la semaine écoulée (à 42%).

Sans doute estiment-ils, comme ses partisans, que son impact sera beaucoup plus puissant que celui des campagnes du passé, en particulier auprès des jeunes. Ceux-ci constituent, de l'aveu des pouvoirs publics, le coeur de cible prioritaire, afin qu'ils ne développent pas des comportements à risques dont ils auront du mal à se défaire par la suite. Or les jeunes étant de plus en plus exposés à des images de violence il semble désormais nécessaire d'harmoniser le niveau des messages qu'on leur adresse en fonction de leur seuil de tolérance élevé. Dans ce sens, la France opère actuellement un revirement dans sa politique de santé publique, à la satisfaction des internautes.