



Une campagne anti-tabac dénonce les manipulations des cigarettiers

Rubrique : actualités - Date : lundi 27 août 2007

Dans un article intitulé « Une campagne anti-tabac dénonce les manipulations des cigarettiers », LA CROIX revient sur la campagne anti-tabac lancée par l'Institut national de prévention et d'éducation pour la santé (Inpes), l'Alliance contre le tabac et l'agence Weber Shandwick « avec un ton décalé et volontairement cynique », dont le slogan est « Le tabac tue un fumeur sur deux. L'industrie du tabac compte sur vous pour les remplacer ». Le quotidien indique « qu'à la place des traditionnels discours de santé publique », ce nouveau message « vise à mettre en garde les jeunes sur les pratiques des fabricants de cigarettes ». Bruno Dubois, professeur de santé publique au CHU d'Amiens et président d'honneur de l'Alliance contre le tabac, explique : « nous avons misé sur l'humour au second degré, qui est parfaitement décodé par les jeunes ». Selon le quotidien, le but de la campagne est de rappeler aux jeunes la dangerosité du tabac mais « le problème est que les jeunes sont peu sensibles aux discours de santé publique classiques. Ce n'est pas en leur disant qu'ils risquent d'avoir un cancer dans 30 ans qu'on va réussir à les convaincre d'arrêter de fumer. Pour eux, c'est un risque différé beaucoup trop loin » indique Bernard Basset, directeur général adjoint de l'Inpes. C'est pour cette raison, explique le journal, que les auteurs de la campagne ont essayé de faire comprendre aux jeunes la stratégie marketing des cigarettiers plutôt que d'être moralistes. Selon Yves Martinet, professeur de pneumologie au CHU de Nancy et président de l'Alliance contre le tabac, « le discours des industriels est de dire que fumer est un choix adulte. Ce qui est faux. Cette industrie a, au contraire, une stratégie très élaborée pour manipuler les adolescents et les inciter à fumer le plus tôt possible. La campagne vise donc à décrypter cette stratégie avec l'idée que l'esprit d'indépendance et de rébellion, souvent très fort à l'adolescence, entraînera les jeunes à changer de comportement vis-à-vis du tabac ». La Croix signale également que le spot publicitaire est accompagné d'un site internet (www.toxic-corp.fr) qui présente des documents « décortiquant la stratégie et les mensonges de l'industrie du tabac ». Le quotidien observe par ailleurs que le professeur Dubois avait déjà dénoncé la stratégie des cigarettiers dans un livre paru en 2003.