

L'INDUSTRIE DU TABAC CIBLE LES PLUS JEUNES



L'INDUSTRIE DU TABAC CIBLE LES PLUS JEUNES

INTERDIRE TOUTE FORME DE
PUBLICITÉ, DE PROMOTION ET DE
PARRAINAGE CONCERNANT LE TABAC

JOURNÉE MONDIALE SANS TABAC, 31 MAI
www.who.int/tobacco/wntd



Organisation
mondiale de la Santé



www.who.int/tobacco/mpower



INTERDIRE TOUTE FORME DE
PUBLICITÉ, DE PROMOTION ET DE
PARRAINAGE CONCERNANT LE TABAC

JEUNESSE SANS TABAC

JOURNÉE MONDIALE SANS TABAC, 31 MAI
www.who.int/tobacco/wntd



Organisation
mondiale de la Santé



POURQUOI L'INDUSTRIE DU TABAC DOIT-ELLE SÉDUIRE LES ADOLESCENTS ET LES JEUNES ADULTES?

- Pour pouvoir survivre, l'industrie du tabac doit remplacer les usagers qui meurent ou cessent de fumer par de nouveaux usagers qu'elle doit recruter lorsqu'ils sont jeunes.
- La plupart des jeunes commencent à fumer avant l'âge de 18 ans et près d'un quart d'entre eux avant l'âge de dix ans.
- Plus l'enfant est jeune quand il fait l'expérience du tabac, plus le risque est grand qu'il deviendra un fumeur régulier et plus il lui sera difficile d'arrêter de fumer.

EN QUOI LA PUBLICITÉ, LA PROMOTION ET LE PARRAINAGE CONSTITUENT-ILS UNE MENACE POUR LES JEUNES?

- Plus les jeunes sont exposés à la publicité en faveur du tabac, plus le risque est grand qu'ils en consomment. L'industrie du tabac associe l'usage de ses produits avec des qualités recherchées – prestige, énergie ou séduction – ainsi qu'avec des activités passionnantes et avec l'esprit d'aventure.
- La publicité très répandue en faveur du tabac banalise la consommation du tabac qui devient pour les jeunes un produit de consommation comme un autre; ils ont ensuite du mal à comprendre les risques qu'ils encourent.
- Les jeunes sous-estiment le risque de dépendance de la nicotine et les conséquences tragiques qu'elle peut avoir pour leur santé.

POURQUOI FAUT-IL UNE INTERDICTION TOTALE DE LA PUBLICITÉ, DE LA PROMOTION ET DU PARRAINAGE?

- L'industrie du tabac consacre des milliards de dollars chaque année à jeter ses filets aussi largement que possible de façon à piéger de nouveaux usagers, en ciblant notamment les jeunes dans les milieux qu'ils fréquentent – cinéma, Internet, revues, concerts et manifestations sportives.

- L'industrie du tabac fait preuve d'une imagination croissante pour accroître ses ventes. Les panneaux publicitaires, la publicité dans les revues et sur Internet ne constituent qu'un aspect de sa stratégie complexe de marketing. Elle veille aussi à ce que ses produits soient très visibles dans les films, à la télévision et dans le monde de la mode. Les cigarettiers parrainent des manifestations sportives ou autres, distribuent des articles portant leur marque et organisent de nombreuses activités de promotion populaire afin d'attirer des clients et de les fidéliser.

- Seule une interdiction totale peut mettre en échec leur stratégie de marketing. L'industrie dispose de nombreux moyens pour s'adresser aux jeunes et les interdictions partielles permettent aux sociétés de réorienter leurs ressources en remplaçant une activité promotionnelle par une autre.

LES JEUNES DES PAYS EN DÉVELOPPEMENT SONT-ILS PARTICULIÈREMENT EXPOSÉS? QU'EN EST-IL DES JEUNES FEMMES ET DES JEUNES FILLES?

- On compte 1,8 milliard de jeunes âgés de 10 à 24 ans dans le monde. Plus de 80% d'entre eux vivent dans des pays en développement et sont la cible de campagnes agressives en faveur du tabac. Quatre adolescents sur cinq dans ces pays déclarent avoir récemment été exposés à des opérations de marketing du tabac.
- L'industrie du tabac cible spécifiquement les jeunes femmes dans leurs activités de publicité, de promotion et de parrainage. Les stratégies de marketing soigneusement mises au point encouragent les jeunes femmes et les jeunes filles à consommer les produits du tabac et cherchent à réduire l'opposition culturelle à cette tendance dans les pays où traditionnellement les femmes n'en consomment pas.
- L'augmentation de la consommation chez les jeunes femmes et les jeunes filles est un aspect particulièrement inquiétant de l'épidémie mondiale de tabagisme.

L'INTERDICTION TOTALE DE LA PUBLICITÉ EST-ELLE LE SEUL MOYEN DE PROTÉGER LES JEUNES DU TABAC?

- L'interdiction de la publicité, de la promotion et du parrainage est un important moyen de protéger les jeunes et constitue l'une des six stratégies MPOWER de l'Organisation mondiale de la Santé qui visent à lutter contre le tabagisme, principale cause de décès évitable aujourd'hui dans le monde.
- Les six stratégies MPOWER permettent aux pays de protéger les jeunes d'une épidémie qui pourrait faire un milliard de morts au cours du XXI^e siècle.