

**CE QU'IL FAUDRAIT RETENIR :** *L'industrie du tabac pousse le zèle jusqu'à financer ou mener des campagnes de prévention en direction des jeunes... Ex : Le programme « Think. Don't smoke » (Réfléchissez, ne fumez pas) orchestré par Philippe Morris ou la campagne « Be cool, be yourself » (Sois cool, sois toi-même) lancée par British American Tobacco et Japan Tobacco International.*

### **Les véritables objectifs :**

- *Montrer que l'industrie du tabac est une entreprise responsable et « dé-diaboliser » le tabac : un produit fabriqué par des personnes soucieuses du bien public ne saurait être complètement mauvais. L'industrie du tabac sait parfaitement s'immiscer au cœur de la vie des jeunes et de leurs préoccupations quotidiennes. Si la législation est souvent venue contrer ces stratégies, les cigarettiers savent rebondir et coller à l'air du temps afin de parfaire leurs méthodes de séduction*
- *Faire de l'industrie du tabac un acteur incontournable du débat public sur le tabagisme et disposer ainsi d'une tribune pour limiter les mesures défavorables (restrictions publicitaires, législation sur la vente, ).*
- *Renforcer l'attractivité du tabagisme auprès des jeunes : ces programmes n'abordent pas clairement les dangers et la nocivité du tabac et soulignent tout ce qui peut le rendre séduisant pour un adolescent en lui donnant le charme de l'interdit :*

**1/Packaging** (en proposant des paquets attractifs, en phase avec les goûts des jeunes, les cigarettiers tentent de séduire, de rajeunir l'image de la marque, de fidéliser le consommateur en jouant sur la reconnaissance.)

**2/Placement de produit dans les films ou les jeux vidéo** (Sylvester Stallone a accepté d'être payé par le cigarettier Brown et Williamson pour fumer dans des films comme Rambo et Rocky IV. Dans une lettre du 28 avril 1983 signée de sa main, on peut lire : " **COMME CONVENU, JE GARANTIS QUE J'UTILISERAI LES PRODUITS DU TABAC DE BROWN ET WILLIAMSON DANS AU MOINS CINQ DE MES FILMS. J'AI BIEN COMPRIS QUE BROWN ET WILLIAMSON ME VERSERA UN DROIT DE 500 000 DOLLARS.** " Il en fut aussi ainsi dans des films comme le Parrain III, Superman, Apocalypse Now,...)

**3/Nouveaux goûts** (chocolat, vanille, cerise... Ces "cigarettes bonbons", qui ont des taux de nicotine et de goudrons élevés, ciblent particulièrement les jeunes sensibles à la nouveauté et les rassurent par leur arôme faussement doux. Ces cigarettes sont désormais interdites.)

**4/Produits dérivés** (création de vêtements (Marlboro Classics, Camel Boots, ), ouverture de lieux (Chesterfield café).

**5/Promotion et événements :** (diffusion de sacs, briquets, casquettes, badges, jouets pour enfants à l'effigie des marques, sponsoring de soirée (ex : Les Nuits bleues) ou d'événements sportifs (ex : 4\*4 Camel Trophy, Rally Raid Gauloises). Ces promotions sont désormais interdites à partir du moment où le graphisme, la présentation, l'utilisation de la marque, etc. rappellent le tabac. Le parrainage est également interdit.)

## **INSPIRER LA COMMUNAUTÉ ÉDUCATIVE POUR LE BIEN-ÊTRE DES ÉLÈVES**