

Journée mondiale Sans Tabac le 31 mai 2008
Communiqué de presse

“ Tabac : évitez le piège de la publicité ”

L'industrie du tabac n'est pas philanthrope.

Ses techniques de communication pour faire la promotion des produits du tabac sont bien rodées et adaptées aux différentes populations cibles avec pour seule visée d'augmenter les ventes et les profits.

L'OMS ¹ considère d'ailleurs depuis longtemps que l'épidémie de tabagisme, qui provoque 5 millions de morts par an dans le monde, est une maladie transmise par la publicité.

Surtout les jeunes, très sensibles à l'image et très vulnérables vis-à-vis des drogues, sont une cible de choix pour les cigarettiers.

C'est pourquoi cette journée mondiale sans tabac du 31 mai 2008 a pour thème

“Tabac : évitez le piège de la publicité ”

Pendant des décennies les fabricants de tabac ont minimisé, nié, caché et même falsifié la dangerosité, actuellement irréfutable, des fumées de tabac pour la santé.

Actuellement le tabac reste le seul produit légalement disponible dans le commerce dont la consommation régulière entraîne, à terme, la mort de près d'un consommateur sur deux.

A l'échelle mondiale plus d'un quart des fumeurs ont débuté leur consommation avant l'âge de 10 ans. Ce chiffre est effrayant lorsque l'on a connaissance de la réceptivité du cerveau et de la fragilité de l'organisme à cet âge. Car plus les jeunes commencent à fumer tôt plus ils risquent de développer une dépendance à la nicotine ², de devenir des fumeurs réguliers et plus ils auront par la suite de grandes difficultés à arrêter le tabac et mettront sérieusement leur santé en péril.

Or il est scientifiquement prouvé que l'exposition à la publicité en faveur du tabac pousse les jeunes à davantage l'expérimenter et augmente pour eux le risque de devenir des consommateurs réguliers.

Et l'industrie du tabac a compris depuis longtemps son avantage à promouvoir le tabac auprès de ces jeunes consommateurs pour les attirer vers le tabac et en fidéliser le plus grand nombre au mépris de leur santé. Elle si emploie en investissant chaque année dans le monde des milliards d'euros pour vendre ses produits en valorisant leur image et en utilisant la suggestion. Le tabac véhicule encore une image valorisante auprès des adolescents, dont celle aussi de l'interdit, que les cigarettiers s'attachent à exploiter à fond avec les moyens les plus modernes de la communication, de l'image et de la séduction.

Néanmoins beaucoup de pays ont fait de gros efforts ces dernières années dans la lutte contre le tabagisme, notamment auprès de leurs jeunes populations, et les résultats sont encourageants.

C'est ainsi que dans tous les pays où la publicité pour le tabac a été interdite l'on a constaté une baisse sensible de la consommation pouvant atteindre jusqu'à 16%.

Malheureusement les cigarettiers profitent de l'absence d'uniformisation des réglementations en matière de publicité en faveur du tabac et des failles de la législation internationale.

L'interdiction de la publicité, directe ou indirecte, sous toutes ses formes, en faveur du tabac et de ses produits dérivés est une nécessité.

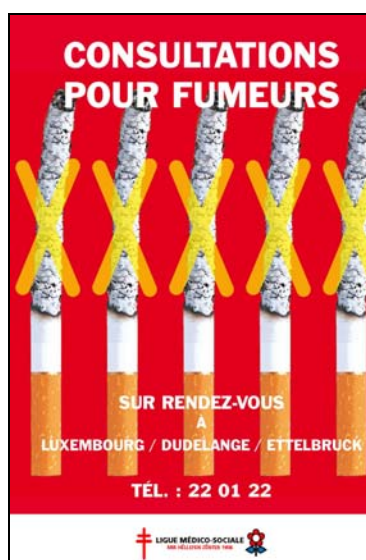
Il faudrait en arriver au point que cette interdiction s'applique partout dans le monde et s'étende à tous les types de support médiatique la presse, les magazines spécialisés, la radio, la télévision mais également le cinéma, la photo, la musique, la mode, le monde des

marques et de ses accessoires, les clubs et les lieux festifs, les manifestations sportives et culturelles, le parrainage événementiel... sans oublier internet.

Cette campagne pour l'interdiction totale de la publicité, de la promotion et du parrainage du tabac est parfaitement justifiée et pertinente. Elle vise à protéger les jeunes, partout dans le monde, en particulier dans les pays les plus pauvres où ils représentent une proie facile pour les industriels du tabac.

L'interdiction totale, complète et mondiale est la seule option possible car elle ne permettra plus aux manufacturiers d'utiliser les divers médias et supports publicitaires pour promouvoir partout dans le monde leurs produits mortels et ainsi réduira significativement la consommation de tabac notamment parmi les plus jeunes.

Ainsi, notre institution, impliquée de longue date dans la lutte contre le tabagisme et très active dans la prévention de ses effets néfastes, se rallie à la campagne et soutient totalement le slogan " *Tabac : évitez le piège de la publicité* "



21-23, rue Henri VII
L-1725 Luxembourg
e-mail : ligue@ligue.lu
www.ligue.lu

¹ OMS : organisation mondiale de la santé

² nicotine : alcaloïde contenu dans le tabac qui peut entraîner une dépendance physique