

Extrait du SANTE PLUS, Votre santé au quotidien

<http://sante-plus.org/424-sexe-et-tabac-une-campagne-choc>

Sexe et tabac : une campagne choc qui fait polémique

- Dossiers - Multimédia - Vidéos -



Date de mise en ligne : lundi 22 février 2010

Description :

Une nouvelle campagne anti-tabac de l'association "Droits des Non Fumeurs" fait polémique du fait qu'elle présente trois jeunes à genoux au niveau du pénis d'un homme comme pour lui faire une fellation. Le pénis est remplacé par une cigarette et les trois ados sont soumis à cet homme. L'association Enfance et Partage estime que BDDP & Fils et DNF sont allées trop loin. C'est une fausse polémique, car l'idée est de montrer que la cigarette engendre plusieurs dépendances (comportementale, psychologique et physique) rendant l'arrêt extrêmement difficile. Aujourd'hui, 40% des fumeurs de 12 à 25 ans sont dépendants.

SANTE PLUS, Votre santé au quotidien

Une nouvelle campagne anti-tabac de l'association "Droits des Non Fumeurs" fait polémique du fait qu'elle présente trois jeunes à genoux au niveau du pénis d'un homme comme pour lui faire une fellation. Le pénis est remplacé par une cigarette et les trois ados sont soumis à cet homme. L'association Enfance et Partage estime que BDDP & Fils et DNF sont allées trop loin. C'est une fausse polémique, car l'idée est de montrer que la cigarette engendre plusieurs dépendances (comportementale, psychologique et physique) rendant l'arrêt extrêmement difficile. Aujourd'hui, 40% des fumeurs de 12 à 25 ans sont dépendants.

Sommaire

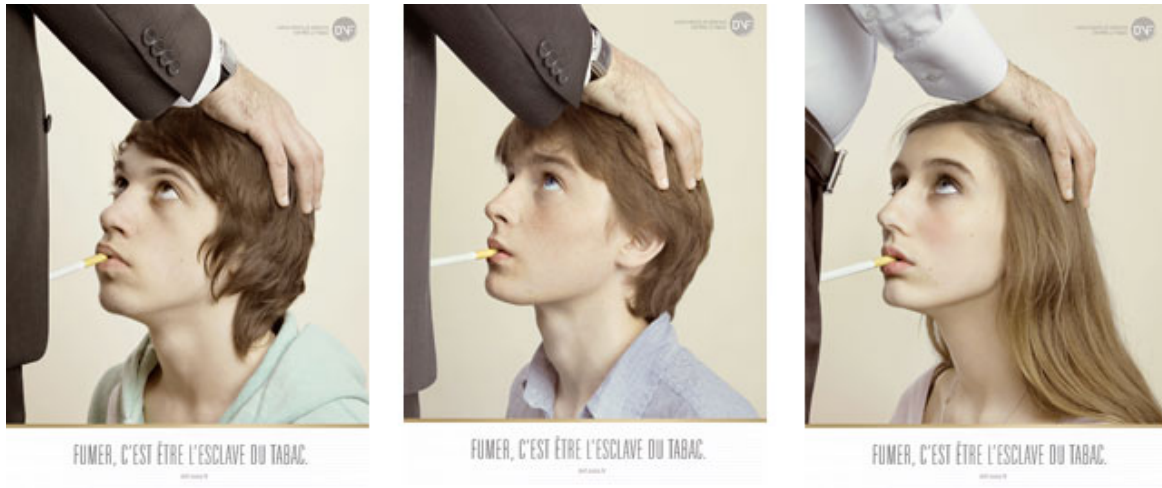
- [« Ne vous faites pas rouler »](#)
- [Campagne presse et affichage](#)
- [13 - 25 ans : Pas de cigarette](#)
- [Restez libre. Ne fumez \(...\)](#)

« Ne vous faites pas rouler par la cigarette »

Pour la seconde fois, DNF s'associe à l'agence de publicité BDDP & Fils pour élaborer une campagne de prévention à destination du grand public. En 2008, l'association avait ainsi pu communiquer largement autour du tabagisme passif et cette campagne avait même été primée par deux fois au grand prix de la communication solidaire.

Cette année DNF et BDDP & Fils ont choisi d'étendre leur communication au tabagisme actif des jeunes. Les indicateurs de la consommation de tabac chez les adolescents repartent tous à la hausse. Il est donc nécessaire de réagir rapidement. Le tabagisme des jeunes ne cesse de s'accroître : augmentation de 66% chez les 13-15 ans et de 16% chez les 16-18 ans en 2008 par rapport à la période 2004/2007. (*sources : Office Français de Prévention du Tabagisme)

Or, les jeunes sont l'enjeu majeur de la lutte contre le tabagisme : plus on fume tôt plus le risque de dépendance est important.



BDDP & Fils et DNF ont souhaité développer deux campagnes :

Campagne presse et affichage

Les jeunes Français sont soumis quotidiennement à près de 2000 messages publicitaires et les visuels « chocs » sont probablement les seuls moyens de capter leur attention. L'association DNF souligne que l'argumentaire sanitaire n'a aucun effet sur les adolescents qui ne se sentent pas du tout concernés par la mort ou la maladie. Partant de ce constat et en coopération avec l'association Droits des Non Fumeurs, l'agence BDDP & Fils a dirigé sa création vers une idée forte : « Fumer, c'est la pire des soumissions ».

13 - 25 ans : Pas de cigarette !

Une soumission irréversible Vous pensez maîtriser votre consommation de tabac comme tous ceux qui ont commencé la cigarette. Mais la cigarette engendre plusieurs dépendances (comportementale, psychologique et physique) rendant l'arrêt extrêmement difficile. Aujourd'hui, 40% des fumeurs de 12 à 25 ans sont dépendants.

Pernicieuse Quand vous fumez, vous inhalez des centaines de produits hautement toxiques comme l'acétone, le naphthalène (antimite), le cadmium (utilisé dans les batteries), l'arsenic (poison violent), le polonium 210 (élément radioactif), le DDT (insecticide), le mercure, le goudron, le plomb... Chaque année, 66000 personnes meurent du tabagisme en France.

Financière Un fumeur dépense en moyenne 1277 euros par an. En 2009, la vente de cigarettes représente plus de 15 milliards d'euros, consolidant une industrie dont la fortune est déjà colossale.

Sournoise Malgré la législation, l'industrie joue en permanence sur l'image soi-disant positive du tabac : fumer, ce serait se donner plus d'assurance auprès des autres, s'affranchir de l'autorité ou encore quitter le monde de l'enfance. En achetant les bonnes faveurs d'acteurs, de réalisateurs et de magazines, on ne nous présente que l'aspect convivial et festif de la cigarette au détriment de ses conséquences réelles sur la santé et le portefeuille

Restez libre. Ne fumez pas.

Film TV et cinéma

Le réalisateur et acteur Yvan Attal a souhaité apporter son concours à la nouvelle campagne de prévention de DNF ; il a réalisé un film publicitaire pour notre association qui met en scène l'industrie du tabac et son penchant pour le cynisme. Comment se débarrasser de produits toxiques, faire du business et proposer un produit soi-disant branché ? Afin de décoder l'approche marketing de l'industrie du tabac et informer le plus grand nombre sur les dangers du tabagisme, nous vous invitons à visionner ce film et à le partager autour de vous.

L'équipe DNF remercie Yvan Attal et l'Agence BDDP & Fils pour leur contribution à la mission d'utilité publique menée par notre association en France métropolitaine, en France d'Outremer, dans l'Union européenne et à l'International dans le cadre de son partenariat avec l'OMS pour la mise en application de la convention cadre de lutte anti-tabac.

Source et lien : [campagne anti-tabac DNF](http://dnf.asso.fr/-Campagne-.html) [http://dnf.asso.fr/-Campagne-.html]