

Le fruit défendu ou le tabagisme chez les jeunes

Monique Lalonde

*6^{es} Journées annuelles de santé publique,
« Plus ça change, plus c'est pareil » ou comment
promouvoir la santé auprès des ados*

Québec, 20 novembre 2002

www.inspq.qc.ca/jasp



information



formation



recherche



*coopération
internationale*

*Institut national
de santé publique*

Québec 

Ce que nous discuterons aujourd'hui

- Comment l'industrie du tabac et la société parlent aux jeunes
- But des interventions
- Des interventions démontrées efficaces
- Conclusion - Les défis pour l'avenir



information

Comment l'industrie du tabac parle aux jeunes

Par la publicité et les commandites

- Fait de la cigarette un produit attirant en l'associant à des images qui accrochent les jeunes



information



Le fabricant
canadien
Imperial
Tobacco cible
les filles de 12
à 17 ans

CRÉATIVITÉ

Notre vision de l'art s'inspire de votre créativité.

Pour de plus amples renseignements sur les subventions,
composez le 1 800 398-1141.

ACCLAMÉE PAR



LES ARTS du Maurier

Un monde à ta mesure

Mike Lafontain
et Josh Freund

Membres de l'équipe de course Player's

En piste: ils poussent l'équipe plus loin.

Hors-piste: plus haut.

Ça dépasse
la course.



L'équipe Player's

www.lequipe-players.com

Le fabricant canadien
JTI-Macdonald cible les
garçons de 12 à 24 ans

Comment l'industrie du tabac parle aux jeunes

Par la publicité et les commandites

- Fait de la cigarette un produit attirant en l'associant à des images qui accrochent les jeunes
- Fait croire que fumer est un comportement habituel, normal et désirable



information

Comment l'industrie du tabac parle aux jeunes

- Par le développement et le financement de ses propres programmes
 - Dans les dépanneurs : «Opération Carte d'identité Zone scolaire» et «C'est la loi»

Fait de la cigarette un fruit défendu

Fumer est une décision d'adulte



Source: Infotabac n° 37

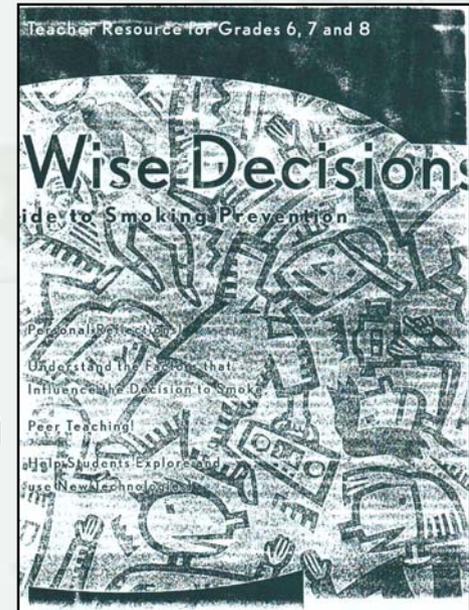


Comment l'industrie du tabac parle aux jeunes

- Dans les écoles
«Sages décisions»

Place le fardeau du choix de fumer ou non sur les jeunes

La décision de fumer est une décision individuelle, un acte libre sans lien avec les pratiques et les activités promotionnelles de l'industrie



Source: Coalition québécoise pour le contrôle du tabac

Comment la société parle aux jeunes

La société envoie des messages contradictoires

- C'est interdit de fumer à l'intérieur de l'école mais c'est permis à l'extérieur
- Les jeunes se font dire : «Fumer, c'est mauvais pour la santé» mais ils voient des parents, des professeurs, des entraîneurs qui fument



information

But des interventions

Prévenir et réduire la prévalence du tabagisme

- en modifiant la norme entourant le tabagisme
- en décourageant l'usage du tabac
- en augmentant la cohérence des messages

Intervenir autant auprès des adultes que des jeunes

Combiner plusieurs interventions reconnues efficaces



Le prix

Le prix : une mesure très efficace

Chez les jeunes :

augmentation de 10 % du prix



baisse d'au moins 8 % de la consommation

baisse de 4 % de la prévalence

Encourager l'augmentation des prix



information

Les restrictions de la publicité

L'interdiction totale de la publicité est une mesure efficace recommandée par tous les experts

Au Québec en octobre 2003 :
Interdiction totale de la commandite

La publicité qui peut encore rejoindre les jeunes :

- étalages promotionnels
- vedettes dans les films
- courses automobiles internationales télédiffusées
- sites Internet



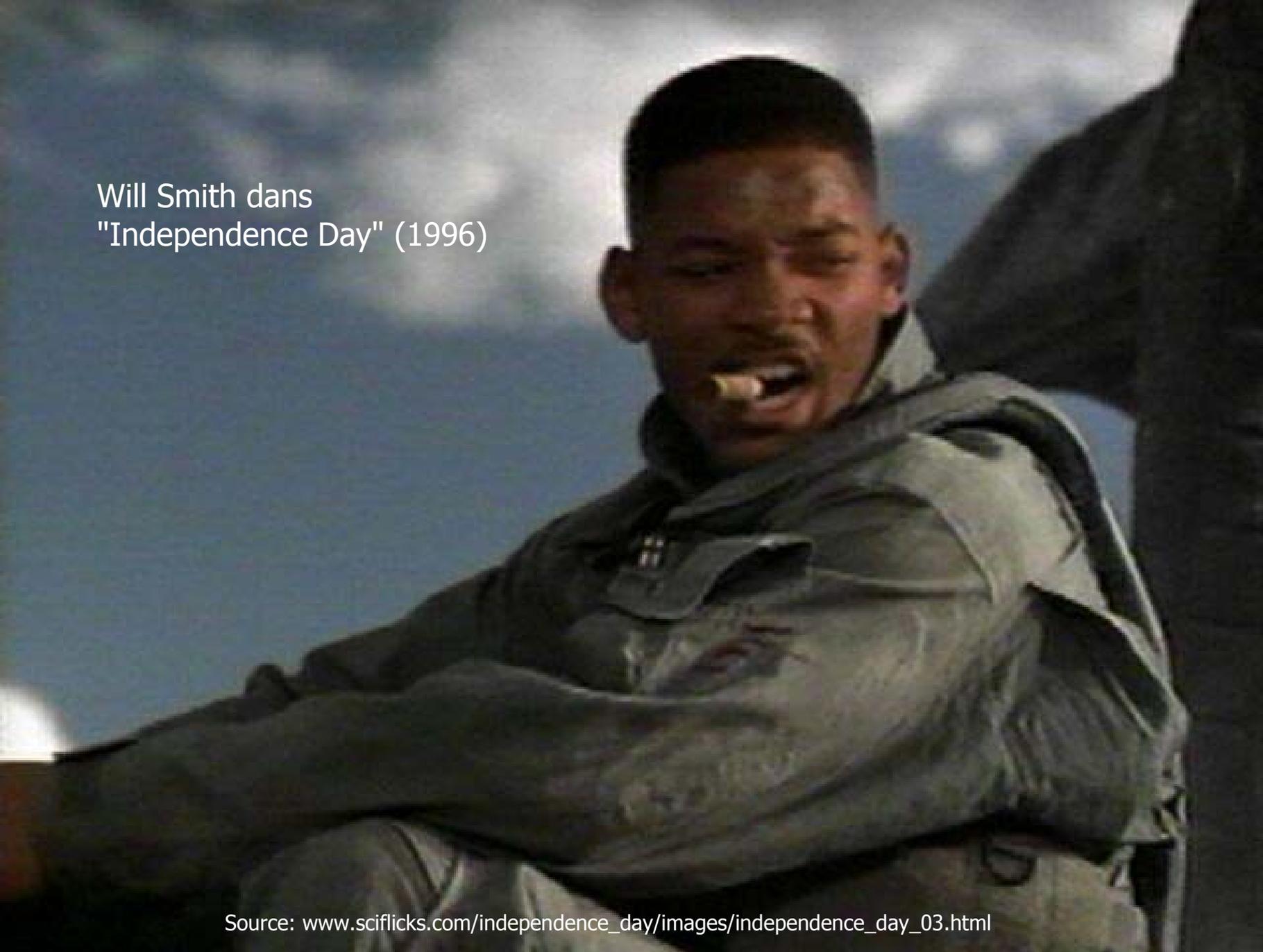
Sources: Infotabac n° 40 et Coalition québécoise pour le contrôle du tabac



Sharon Stone dans
"Basic Instinct" (1992)

Source: www.celebrityweb.com/photos/stone_s/pic3.htm

Will Smith dans
"Independence Day" (1996)



Les restrictions de l'usage du tabac

- Lieux de travail, lieux publics, écoles
- Restaurants : espaces pour fumeurs, cloisonnés avec ventilation indépendante pour décembre 2009 (35 places et plus)



information

Établissement de normes antitabac claires pour les jeunes

Politiques antitabac à l'école

Les politiques antitabac s'appliquant pour tous et **partout** (y compris sur les terrains de l'école) réduisent la prévalence et la consommation du tabac

Fin du secondaire 11^e année/15-16 ans

Politiques dans les écoles	Prévalence tabagisme quotidien
Application ferme	9,5 %
Application intermédiaire	21,0 %
Sans politique	31,1 %

Campagnes médiatiques

- Les médias constituent un déterminant majeur de la norme sociale
- Les campagnes médiatiques antitabac, combinées à d'autres interventions, sont efficaces pour réduire le tabagisme
- Il faut un financement substantiel et régulier. Il faut des campagnes fréquentes, de longue durée et **AUDACIEUSES**



information

Campagnes médiatiques

- Ces dernières années, aux États-Unis, les campagnes les plus efficaces ont inclus des messages qui informent le public sur les pratiques de l'industrie du tabac
- Avantages de cette approche :
 - un ennemi commun
 - ne blâme pas les fumeurs
 - l'esprit de rébellion des jeunes est dirigé vers l'industrie
 - génère de la controverse et attire l'attention des médias d'information



information

La nouvelle approche dénonce les tactiques trompeuses des compagnies de tabac

"Not addictive"



Dirigeants des compagnies de tabac jurant devant le congrès américain que la nicotine ne crée pas de dépendance (1994)

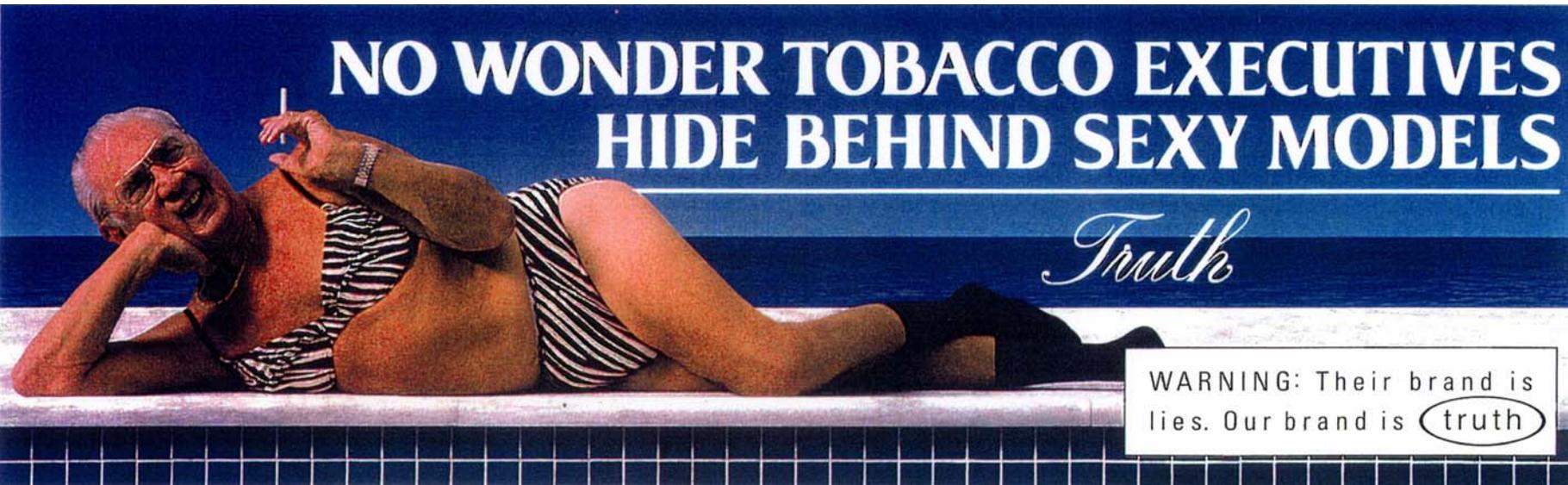
La campagne antitabac de la Floride "Truth" menée par des jeunes

«Pas étonnant que les dirigeants du tabac se cachent derrière des mannequins sexy»

**NO WONDER TOBACCO EXECUTIVES
HIDE BEHIND SEXY MODELS**

Truth

WARNING: Their brand is
lies. Our brand is **truth**



L'intervention auprès des parents

Les parents influencent l'opinion des enfants à l'égard du tabagisme

- Le tabagisme des parents
- Des règles antitabac à la maison pour les enfants
- La désapprobation des parents - fumeurs ou non
Une étude faite au Vermont (É.-U.) a montré que les adolescents avaient 50 % moins de chance de devenir des fumeurs établis s'ils percevaient une forte désapprobation parentale par rapport au fait qu'ils pourraient fumer
- Surveiller et discuter du tabagisme avec leurs enfants

Le curriculum scolaire

Les programmes sur les influences sociales lors du passage au secondaire sont démontrés efficaces à retarder l'initiation

Réduction de 20 % à 40 % des taux de tabagisme

Effets à long terme si :
séances de rappel et surtout un curriculum inséré dans un environnement scolaire, communautaire et médiatique résolument antitabac

Conclusion

Depuis les 5 dernières années, le financement de la lutte antitabac a été augmenté et plusieurs mesures efficaces ont été mises en place

Les défis pour l'avenir

Intervenir auprès des parents sans faire naître le sentiment d'être un mauvais parent

Intéresser le milieu scolaire à réaliser des projets-pilote pour que le volet tabac trouve une place dans le curriculum scolaire