



Voici quelques exemples des nombreuses annonces actuellement utilisées dans le cadre des campagnes de sensibilisation du public mises en œuvre dans le monde.

Voici quelques exemples des nombreuses annonces actuellement utilisées dans le cadre des campagnes de sensibilisation du public mises en œuvre dans le monde.

Australie : campagnes de sensibilisation du public du *Department of Health and Ageing* (ministère australien de la santé et du vieillissement)
<http://www.quitnow.info.au/>

Nouvelle-Zélande : campagnes de sensibilisation du public de l'organisation en faveur de l'arrêt du tabac *The Quit Group* :
<http://www.quit.org.nz/page/media/campaigns/campaigns.php>

Uruguay : campagnes de sensibilisation du public du *Fondo Nacional de Recursos y Ministerio de Salud Publica* (fonds national de ressources et ministère de la santé publique) :
<http://www.fnr.gub.uy/web2002/inicio.html>

France : campagnes de sensibilisation du public de l'*Institut national de prévention et d'éducation pour la santé* (INPES) :
http://www.tabac-info-service.fr/fr/tabac_2004/campagnes_inpes_tabac_2004_1.php

États-Unis : campagne de sensibilisation du public national *truth®* de l'*American Legacy Foundation* :
www.thetruth.com

États-Unis : campagne de sensibilisation du public du Nouveau-Mexique :
<http://www.mckeewallworkcleveland.com/> Cliquez sur le lien « Work » situé en bas de la page. Une fois la page « Work » ouverte, cliquez sur « TUPAC » dans la barre latérale. Une vidéo décrivant la campagne se lancera alors. Elle comprend des spots télévisés et d'autres éléments de la campagne.

États-Unis : campagnes de sensibilisation du public dans le cadre du Programme de lutte antitabac du Massachusetts :
<http://www.makesmokinghistory.org/fight-for-your-life/index.html>

États-Unis : campagnes de sensibilisation du public de l'état de Washington :
<http://www.doh.wa.gov/tobacco/media/media.htm>
fumeurs souhaitant s'arrêter permettent de contrecarrer efficacement les stratégies marketing de l'industrie du tabac. Voici les objectifs spécifiques des campagnes de sensibilisation du public :

- Dissuader les jeunes de commencer à fumer. Les campagnes de sensibilisation du public offrent des messages efficaces venant déjouer les opérations marketing et promotionnelles omniprésentes de l'industrie du tabac. Les campagnes marketing lancées par les fabricants de tabac visent à donner au tabagisme une image glamour, jeune et attirante. Les campagnes de sensibilisation du public s'opposent aux messages trompeurs diffusés par l'industrie et peuvent porter un coup aux efforts déployés par cette dernière pour créer une image positive du tabagisme.

- Encourager et motiver les fumeurs à arrêter le tabac. Les campagnes de sensibilisation du public peuvent inclure des mises en garde sur les conséquences de l'usage du tabac et les dangers du tabagisme passif. Ces messages doivent frapper fort et susciter des émotions telles que la colère, la crainte, une sensation de perte ou de tristesse afin d'inciter les fumeurs à essayer d'arrêter le tabac ou tout au moins à ne plus fumer en compagnie d'autres personnes. Des preuves suggèrent que l'impact des campagnes de sensibilisation du public en matière d'arrêt du tabac pourrait être bien supérieur à celui de toute autre intervention, grâce à leur propension à toucher un grand nombre de fumeurs.¹
- Sensibiliser les fumeurs aux différentes méthodes existantes pour arrêter de fumer. Les campagnes de sensibilisation du public peuvent inclure des messages pédagogiques, utiles et positifs, sur les différentes méthodes pouvant être utilisées pour s'arrêter de fumer, qui apportent des renseignements sur les aides proposées à l'arrêt du tabac, tels qu'une ligne téléphonique d'aide permettant d'obtenir des informations ou des conseils ou l'adresse d'un site Internet sur l'arrêt du tabac.
- Sensibiliser le public aux actions menées par l'industrie du tabac. Des campagnes de sensibilisation du public exposant les stratégies de marketing et de manipulation de produits mises en œuvre par l'industrie peuvent faire évoluer l'attitude et les croyances de la population face à l'industrie du tabac et au tabac en général, et peuvent entraîner une réduction du tabagisme.
- Présenter au public des solutions politiques efficaces. Les campagnes de sensibilisation du public peuvent éveiller un soutien public en faveur des mesures politiques de prévention du tabagisme, d'aide à l'arrêt du tabac et de diminution de l'exposition des non-fumeurs au tabagisme passif.

Les campagnes de sensibilisation du public permettent de faire évoluer l'image associée au tabac et au tabagisme et fournissent des renseignements sur la façon d'appréhender les problèmes associés à l'usage du tabac. C'est en renforçant la prise de conscience et les connaissances du public en matière de risques liés au tabac, en faisant évoluer les attitudes et les croyances les plus ancrées, conduisant ainsi à terme à modifier les comportements, qu'elles parviennent à un tel résultat.

Le 15 novembre 2007

¹ Lois Biener, PhD, Rebecca L. Reimer, BA, Melanie Wakefield, PhD, Glen Szczypka, BA, Nancy A. Rigotti, MD, and Gregory Connolly, DMD, MPH. Impact of Smoking Cessation Aids and Mass Media Among Recent Quitters. *American Journal of Preventive Medicine*, Volume 30, Issue 3, March 2006, Pages 217-224.