



Atteinte aux droits des enfants par l'industrie du tabac : présentation de la campagne « Changeons leur futur ».

25.11.2022 – CSFT 2022



CSFT 2022

01

INTRODUCTION
ÉLÉMENTS DE
CONTEXTE



LOÏC JOSSERAN
Président

ELÉMENTS DE CONTEXTE

DÉNORMALISER LE TABAC EN FRANCE

ENJEUX

PROGRAMME DE DÉNORMALISATION DU TABAC EN FRANCE

Une nécessité

Déconstruire les efforts de normalisation de l'industrie du tabac depuis 70 ans qui a façonné notre image du tabac et dont les représentations valorisantes perdurent encore.



PROGRAMME DE DÉNORMALISATION DU TABAC EN FRANCE

Une nécessité

Les produits du tabac sont encore **socialement acceptables** en France

- Si **78%*** des Français ont une **opinion négative** sur le fait de fumer...
- **67%*** des Français considèrent également que **fumer est une liberté individuelle qu'il faut respecter**.

Une **prévalence tabagique** parmi les plus **élevées** d'Europe de l'ouest

- **25,5%*** des Français **fument quotidiennement****.

PROGRAMME DE DÉNORMALISATION DU TABAC EN FRANCE

Une nécessité

La dénormalisation: un outil pour rendre la fin du tabagisme acceptable.

- Développée au début des années 2000 notamment par l'ONG américaine Truth Initiative : renouveler la prévention du tabagisme en **faisant peser la responsabilité de cette épidémie sur l'industrie du tabac elle-même et non plus sur les fumeurs.**
- **Renouveler le storytelling de la lutte contre le tabagisme** en faisant de cette question de santé publique en un véritable enjeu de société : décryptage des méfaits des activités de l'industrie du tabac sur l'environnement, ses conséquences en termes d'inégalités sociales et de santé et **notamment sur le non-respect des droits humains.**
- **Objectif : changer progressivement la perception de la consommation des produits du tabac (et de la nicotine), de sa lutte** au sein de la population et **faciliter l'émergence de premières générations sans tabac** à l'horizon 2032 (prévalence <5%).

PROGRAMME DE DÉNORMALISATION DU TABAC DE L'ACT



1^{er} programme de ce type mené en France par la société civile et financé par le FLCA

- **Période : 2020/2024**
- **10 campagnes de sensibilisation grand public**
- **Février 2022 : Lancement de la campagne « Changeons leur futur » mettant en lumière l'exploitation de la jeunesse par l'industrie du tabac.**

02

**CHANGER LA PERCEPTION DU TABAC EN
RÉVÉLANT L'EXPLOITATION DES ENFANTS :
PRÉSENTATION D'UN DISPOSITIF INNOVANT.**



ASTRID BILLARD
Responsable de
communication

CAMPAGNE
CHANGEONS LEUR FUTUR

CAMPAGNE “CHANGEONS LEUR FUTUR”

Objectifs

OBJECTIF PRINCIPAL

- Inviter le grand public à questionner la consommation de produits du tabac en mettant en lumière l'exploitation de la jeunesse par l'industrie du tabac.

OBJECTIF SECONDAIRE

- A partir de cette communication, inviter les candidats aux élections présidentielles à s'engager sur 3 mesures novatrices pour une génération sans tabac en 2032.

• CIBLE

15/55 ans

9 adolescents sur 10
aimeraient vivre dans
un monde sans tabac*.

**Indicateurs de l'ACT#3 – Institut BVA – Novembre 2021*

CAMPAGNE "CHANGEONS LEUR FUTUR"

Communication à 360°

1. Lancement d'une pétition en ligne

2. Spot de campagne

7. Marketing d'influence

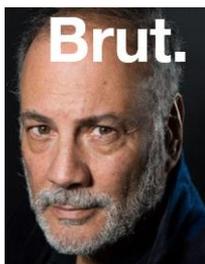
6. Partenariat média

5. Affichage sauvage

3. Lens Snapchat

4. Communiqué de presse

« Changeons leur futur »



CAMPAGNE "CHANGEONS LEUR FUTUR"

Page pétition



Stoppons l'exploitation de la jeunesse par l'industrie du tabac

Depuis trop longtemps, l'industrie la plus meurtrière au monde génère ses profits au détriment de l'avenir des jeunes.



**Changeons leur futur,
stoppons l'industrie du
tabac**



Nom

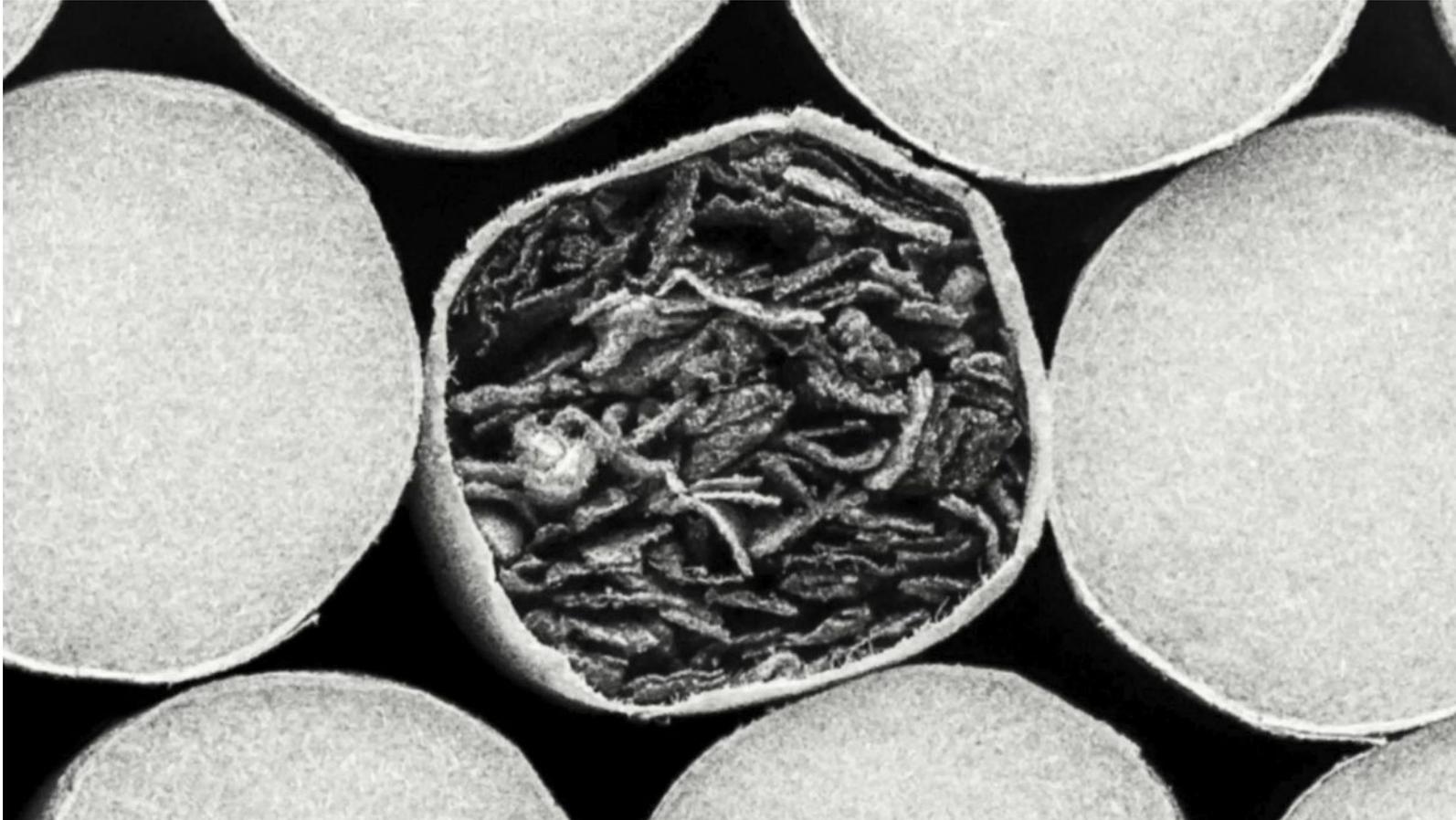
Prénom

Email



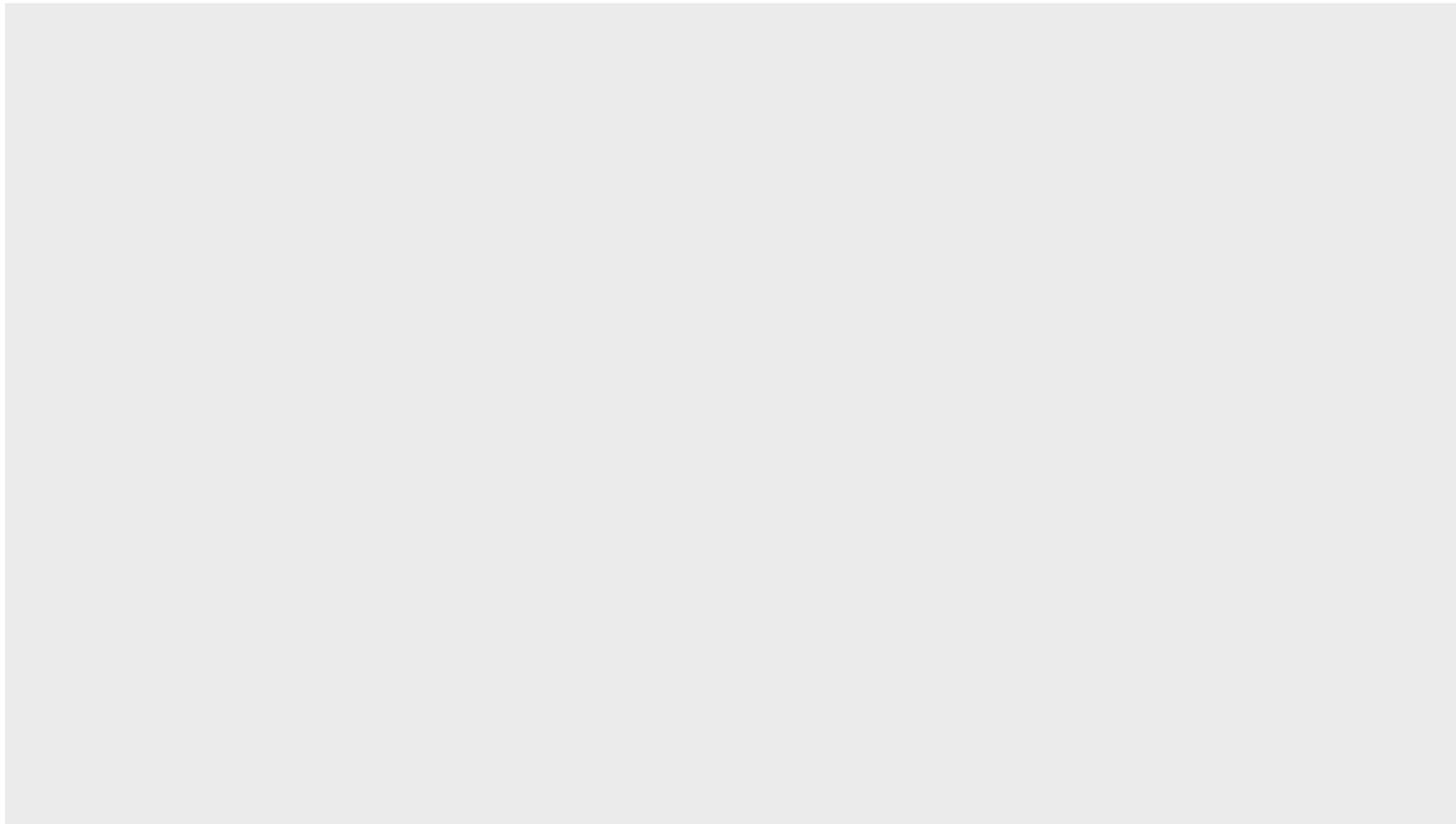
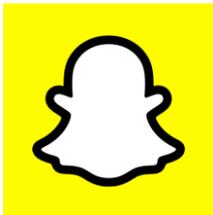
CAMPAGNE "CHANGEONS LEUR FUTUR"

Spot de campagne



CAMPAGNE "CHANGEONS LEUR FUTUR"

Lens Snapchat



CAMPAGNE "CHANGEONS LEUR FUTUR"

Partenariat média avec **Brut.**

The image shows a screenshot of a video post from Brut. At the top, the text reads "Brut avec ACT-Alliance contre le tabac." followed by "Partenariat rémunéré · 10 mars, 14:58". Below this is a quote: "Entre 75 000 et 90 000 morts par an en France. C'est une industrie qui tue ses consommateurs, donc il faut renouveler le stock." Pendant un an, Marc Lomazzi a enquêté sur les industriels du tabac. Il révèle leurs secrets pour cibler prioritairement les jeunes. The video frame shows a man, Marc Lomazzi, with a beard and mustache, wearing a dark shirt. A yellow arrow points to his face. Text on the video frame includes "Brut." in the top right, "Marc Lomazzi" in yellow, "Auteur du livre Comment la mafia du tabac nous manipule" in white, and "qui me parlaient," in white at the bottom. The video player interface at the bottom shows a progress bar at 0:26 / 3:35, a play button, a settings gear, a share icon, and a volume icon. Below the video, there are social media interaction icons (like, love, wow) and the text "3,1 K", "476 commentaires", and "3 K partages".

Brut. avec ACT-Alliance contre le tabac.
Partenariat rémunéré · 10 mars, 14:58

"Entre 75 000 et 90 000 morts par an en France. C'est une industrie qui tue ses consommateurs, donc il faut renouveler le stock." Pendant un an, Marc Lomazzi a enquêté sur les industriels du tabac. Il révèle leurs secrets pour cibler prioritairement les jeunes.

Brut.

Marc Lomazzi
Auteur du livre *Comment la mafia du tabac nous manipule*

qui me parlaient,

0:26 / 3:35

3,1 K · 476 commentaires · 3 K partages

CAMPAGNE "CHANGEONS LEUR FUTUR"

Marketing d'influence



 YouTube ^{FR}



Ben Névert 

511K subscribers

CAMPAGNE "CHANGEONS LEUR FUTUR"

Opération presse avec

Le Monde

Le Parisien

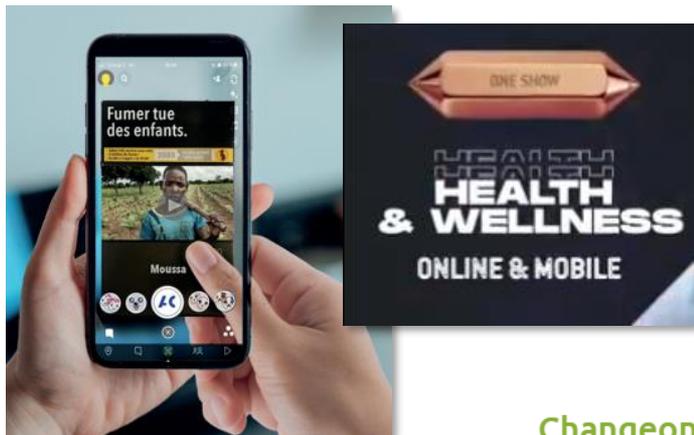
l'Humanité
LE JOURNAL FONDE PAR JEAN JAEKES

Poison d'avril.
Et tous les mois de l'année.

Le travail des enfants et les mairies
de l'Indonésie du tabac ne sont pas une blague.
Ignorez le pétition.

ALLIANCE
CONTRE
LE TABAC

CAMPAGNE « CHANGEONS LEUR FUTUR »



Changeons leur futur

Agence : Jésus & Gabriel
Commanditaire : Alliance Contre le Tabac
Producteur : W2P Production
Réalisateur : Robin Cuquel
Pays : France



Récompenses

One Show (compétition la plus prestigieuse au monde dans le domaine de la publicité et du marketing) – Bronze, catégorie Health and Wellness, online/ mobile pour la lens Snapchat réalisée par l'agence TBWA.

Bronze pour le Grand Prix Stratégies de la Publicité 2022 récompensant le spot « Derrière le paquet ».

Deauville Green Award (festival international du film responsable) : Prix silver – Catégorie spots de moins de 90s - Droits humains pour notre spot « Changeons leur futur » produit par les agences Jésus et Gabriel et W2P.

03

**L'ATTEINTE AUX DROITS DES ENFANTS PAR L'INDUSTRIE
DU TABAC :**

UN LEVIER POUR MOBILISER LES DÉCIDEURS.



Marlin Drago
Responsable de plaidoyer



**EN QUOI L'INDUSTRIE DU TABAC PORTE
ATTEINTE
AUX DROITS DES ENFANTS ?**



EN QUOI L'INDUSTRIE DU TABAC PORTE ATTEINTE AUX DROITS DES ENFANTS ?

→ Droit à la vie

- 8 millions de décès par an attribués au tabagisme
- En moyenne, le tabagisme **réduit l'espérance de vie de 10 à 15 ans** et la moitié des fumeurs en mourront.
 - Cf. Art 2. de la Charte des droits fondamentaux de l'UE
 - Art 11 (1) (f) de la CIDE - Convention Internationale sur des Droits de l'Enfant

→ Droit à la santé

- Le tabagisme actif/passif prive l'enfant de son droit de « jouir du meilleur état de santé possible » protégé par plusieurs traités nationaux et internationaux.
 - Cf. Art 35 de la Charte des droits fondamentaux de l'UE
 - Cf. Art 11 (1) (f) CIDE - Convention Internationale sur des Droits de l'Enfant

→ Droit à l'éducation et prohibition du travail des enfants

- A l'échelle mondiale, l'industrie du tabac exploite plus d'**1 300 000 enfants dans les champs de tabac.**
 - Cf. Art 32 de la Charte des droits fondamentaux de l'UE
 - Cf. Art 19. and 28 de la CIDE - Convention Internationale sur des Droits de l'Enfant

→ Le droit à un environnement sain

- Chaque année, **1,2 million de décès sont attribuables au tabagisme passif.**
- **L'industrie du tabac est l'une des industries les plus polluantes au monde :**
 - Responsable de 5% de la déforestation mondiale
 - 6^{ème} plus gros consommateur de pesticides pour la culture du tabac
 - Le mégot est le déchet plastique le plus retrouvé dans les océans. 1 mégot pollue 500 litres d'eau.
 - Cf. Article 37 de la Charte des droits fondamentaux de l'UE
 - Cf. Résolution 48/13 du Conseil des droits de l'homme de l'ONU – 2021
 - Cf. La Charte de l'environnement -24.06.2004



**DES ARGUMENTS NOVATEURS POUR PORTER
UN PLAIDOYER EN FAVEUR D'UNE
GÉNÉRATION SANS TABAC EN 2032**



LES DROITS HUMAINS AU SERVICE D'UN PLAIDOYER RENOUVELÉ

STRATÉGIE D'AFFAIRES PUBLIQUES



Objectif : Engager des candidats à la présidentielle sur nos 3 revendications pour une première génération sans tabac en 2032.

- 1. Fin progressive de la vente de tabac en France : interdiction de la vente des produits du tabac aux personnes nées après le 1^{er} janvier 2014 à compter de 2032.**
- 2. Interdiction de fumer aux abords des établissements scolaires.**
- 3. Renforcement des obligations de transparence (sourcing des amendements et comptes-rendus publics de tout échange entre décideur et l'IT).**



Des mesures soutenues par une argumentation juridique, notamment fondée sur la protection du droit à la santé, du droit à l'environnement et du droit international.

LES DROITS HUMAINS AU SERVICE D'UN PLAIDOYER RENOUVELÉ

STRATÉGIE D'AFFAIRES PUBLIQUES



Dispositif en 3 temps

1^{ère} phase « shadow » :

- Activation de novembre 2021 à février 2022 d'un plan de rencontres avec les principaux chefs de partis et leur référent santé avant même que les candidats ne se soient tous déclarés et qu'ils aient présenté leurs programmes.
- En décembre 2021, **envoi d'une note de plaidoyer** présentant les 3 mesures aux principaux candidats à l'élection présidentielle (**RN, LR, LaREM, PS, EELV, LFI, PCF**).
- En janvier 2022, **publication d'un CP d'interpellation des candidats** présentant les 3 mesures portées par l'ACT et ses 18 membres – adressé aux candidats

LES DROITS HUMAINS AU SERVICE D'UN PLAIDOYER RENOUVELÉ

STRATÉGIE D'AFFAIRES PUBLIQUES

Dispositif en 3 temps

→ 2^{de} phase en période de campagne officielle

- **Rencontre avec les principaux candidats à l'élection présidentielle pour leur présenter les mesures et recueillir leurs réactions (LaREM, LR, PS...).**
 - **LaREM :**
 - Rencontre avec **Pascale Mathieu**, présidente du conseil national de l'ordre des kinésithérapeutes et référente santé pour LaREM.
 - Rencontre avec la sénatrice **Nadège Havet**, groupe LaREM au Sénat et la collaboratrice de Thomas Mesnier, député LaREM et médecin urgentiste.
 - **LR :**
 - Rencontre avec **Philippe Juvin**, professeur de médecine et référent santé pour Valérie Pécresse au groupe LR.

LES DROITS HUMAINS AU SERVICE D'UN PLAIDOYER RENOUVELÉ

STRATÉGIE D'AFFAIRES PUBLIQUES



Dispositif en 3 temps

2nde phase en période de campagne officielle

- **PS :**
 - Rencontre avec le sénateur PS Bernard Jomier, référent santé pour Anne Hidalgo et Paul Chalvin, porte-parole de la candidate.
- **Think-tank :** Rencontre avec Laure Millet et Emma Ros, responsables du programme santé pour le think-tank Institut Montaigne.
- **En mars 2022, envoi d'un questionnaire aux candidats pour qu'ils se prononcent sur les mesures.**

OBJECTIF « GÉNÉRATION SANS TABAC 2030 »

Quelles mesures pour mettre fin à la première cause de mortalité évitable en France ?

MARS 2022

LE QUESTIONNAIRE DE L'ACT-ALLIANCE CONTRE LE TABAC POUR LES CANDIDATS À L'ÉLECTION PRÉSIDENTIELLE DE 2022

ACT
ALLIANCE
CONTRE
LE TABAC

ACT
ALLIANCE
CONTRE
LE TABAC



LES DROITS HUMAINS AU SERVICE D'UN PLAIDOYER RENOUVELÉ

STRATÉGIE D'AFFAIRES PUBLIQUES



Dispositif en 3 temps

3^{ème} phase à l'issue des élections législatives (3^{ème} et 4^{ème} trim 2022)

- Rencontre avec des parlementaires ciblés afin de les sensibiliser aux enjeux du contrôle du tabac et sur les 3 mesures pour permettre une génération sans tabac en 2032.
- Premières prises de contact avec les nouveaux membres des cabinets ministériels liés au sujet du contrôle du tabac.

LES DROITS HUMAINS AU SERVICE D'UN PLAIDOYER RENOUVELÉ

STRATÉGIE D'AFFAIRES PUBLIQUES

7 rencontres



LA RÉPUBLIQUE
En Marche !

INSTITUT
MONTAIGNE



3 réponses
au questionnaire



NPA
NOUVEAU PARTI
ANTICAPITALISTE

3 candidats
engagés sur nos mesures

Sur l'interdiction de fumer aux abords des établissements scolaires :



Valérie Pécresse



Yannick Jadot



Anne Hidalgo



Sur la transparence des lobbies :

Valérie Pécresse



LES DROITS HUMAINS AU SERVICE D'UN PLAIDOYER RENOUVELÉ

STRATÉGIE D'AFFAIRES PUBLIQUES

→ Normalisation et extension du plaidoyer à l'Europe

- **L'idée de la décommercialisation s'installe dans le débat public**, en France ou à l'international (bientôt effective en Nouvelle-Zélande, discutée au Danemark et en Irlande).
- **Extension de notre plaidoyer au niveau de l'Union européenne**, à l'occasion du Plan Cancer européen qui fixe un objectif « Génération sans tabac 2040 » : traduction et envoi de notre communiqué de presse aux décideurs européens. La Commission européenne ne prend pas position pour le moment.



04

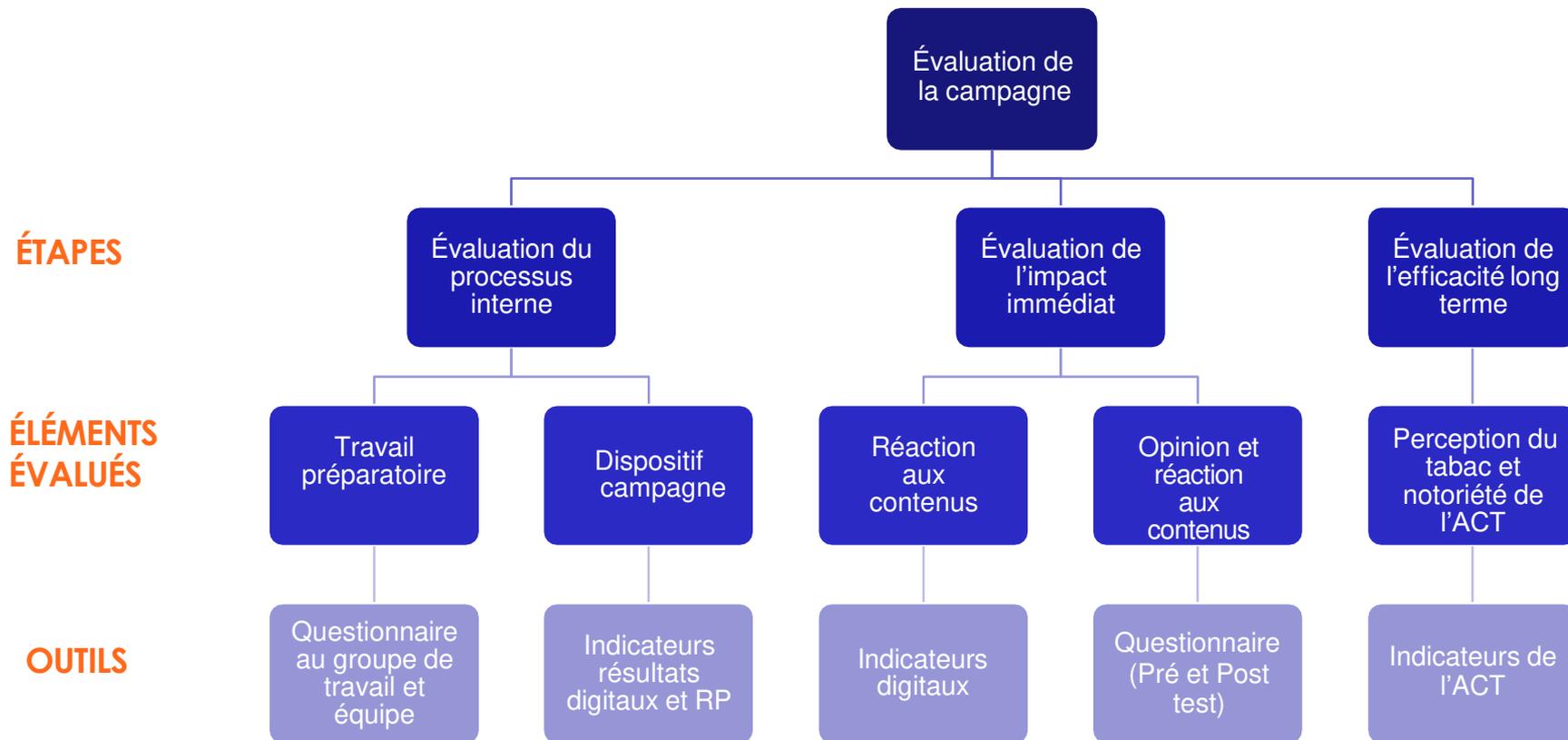
**BILAN ET ÉVALUATION DE LA CAMPAGNE
« CHANGEONS LEUR FUTUR » .**



Ellen de Guiran
Responsable d'études et
d'évaluation

PROCESSUS D'ÉVALUATION

STRUCTURE DE L'ÉVALUATION

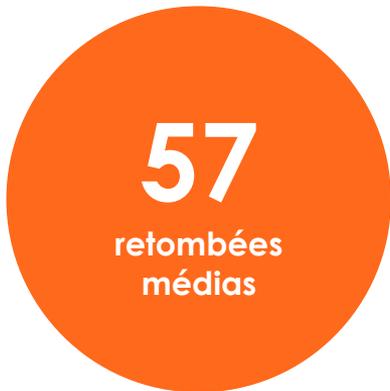


Campagne « Changeons leur futur »

Impact médiatique de la campagne

CAMPAGNE « CHANGEONS LEUR FUTUR »

IMPACT MÉDIATIQUE



LA MONTAGNE



N°23924, Vendredi 28 janvier 2022 / www.letelegramme.fr / 161.09.89.36.05.29 / 1,20 €



LES INSOUTES DU NET

5 LE MAG DE LA SANTÉ

Doctissimo



Page 3

Photo: iStockphoto

CAMPAGNE « CHANGEONS LEUR FUTUR »

IMPACT MÉDIATIQUE

Page pétition



**Changeons leur futur,
stoppons l'industrie du
tabac**



8459
signatures

Nom

Prénom

Email



CAMPAGNE "CHANGEONS LEUR FUTUR"

Spot de campagne



Changeons leur futur

2 782 358
vues complètes

CAMPAGNE « CHANGEONS LEUR FUTUR »

Partenariat média avec **Brut.**

Brut. Brut avec ACT-Alliance contre le tabac.
Partenariat rémunéré · 10 mars, 14:58 ·

"Entre 75 000 et 90 000 morts par an en France. C'est une industrie qui tue ses consommateurs, donc il faut renouveler le stock." Pendant un an, Marc Lomazzi a enquêté sur les industriels du tabac. Il révèle leurs secrets pour cibler prioritairement les jeunes.

Brut.

Marc Lomazzi
Auteur du livre *Comment la mafia du tabac nous manipule*
qui me parlaient,

0:26 / 3:35

3,1 K 476 commentaires 3 K partages

700 000 vues

+11 000 partages

CAMPAGNE « CHANGEONS LEUR FUTUR »

Marketing d'influence



340 000 vues

+1200
commentaires positifs

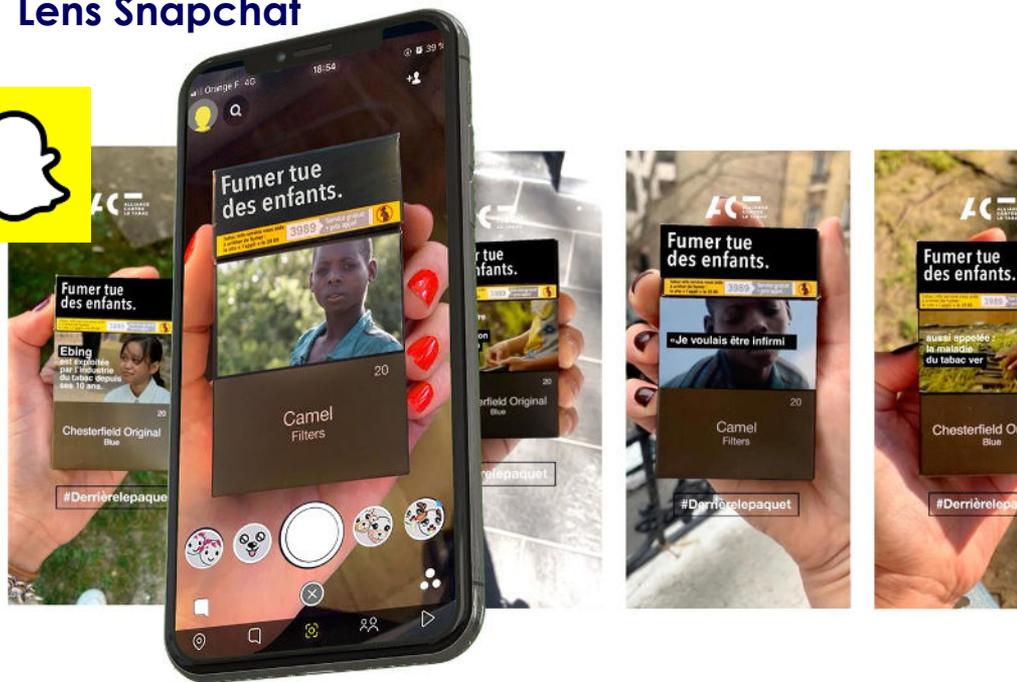


Ben Névert ✓

511K subscribers

CAMPAGNE « CHANGEONS LEUR FUTUR »

Lens Snapchat



1,2M utilisateurs de la lens

34K partages

13,5 secondes : temps d'interaction moyen

Campagne « Changeons leur futur »

Post-test et indicateurs de l'ACT



72%*

des personnes interrogées déclarent
apprécier le contenu de la campagne.

*Enquête via un panel en ligne de 320 répondants (50% femmes et 50% hommes) le 22/04/2022.



80%*

des personnes interrogées estiment que la campagne leur a permis de **s'informer sur l'exploitation de la jeunesse par l'industrie du tabac.**

*Enquête via un panel en ligne de 320 répondants (50% femmes et 50% hommes) le 22/04/2022.



80%*

des personnes interrogées estiment
que la campagne met en lumière
la responsabilité de l'industrie du tabac.

*Enquête via un panel en ligne de 320 répondants (50% femmes et 50% hommes) le 22/04/2022.



61%*

des personnes interrogées estiment que
la campagne les invite à questionner leur tabagisme.

*Enquête via un panel en ligne de 320 répondants (50% femmes et 50% hommes) le 22/04/2022.

Le baromètre des Indicateurs de l'ACT : 5 mesures depuis 2020



5 interrogations de 1000 Français âgés de 15 ans et plus depuis 2020

5 enquêtes réalisées par internet depuis 2020 :

- du 2 au 10 novembre 2020
- du 25 février au 4 mars 2021
- du 22 au 29 septembre 2021
- du 25 avril au 2 mai 2022
- du 12 au 19 septembre 2022

A 3 reprises, des échantillons complémentaires ont été interrogés sur des populations spécifiques :

- 100 enfants âgés de 7 à 14 ans en novembre 2020
- 200 adolescents âgés de 10 à 17 ans en septembre 2021
- 100 personnes issues de foyers CSP- en avril/mai 2022

La représentativité des échantillons est assurée par la méthode des quotas, appliquée aux variables suivantes : sexe et âge du répondant, profession de la personne de référence du ménage, région et catégorie d'agglomération. Les résultats sont ensuite redressés afin d'être représentatifs de la population.

Données de calage utilisées : Enquête Emploi en Continu 2018 - 15 ans et plus (France Métropolitaine) - INSEE

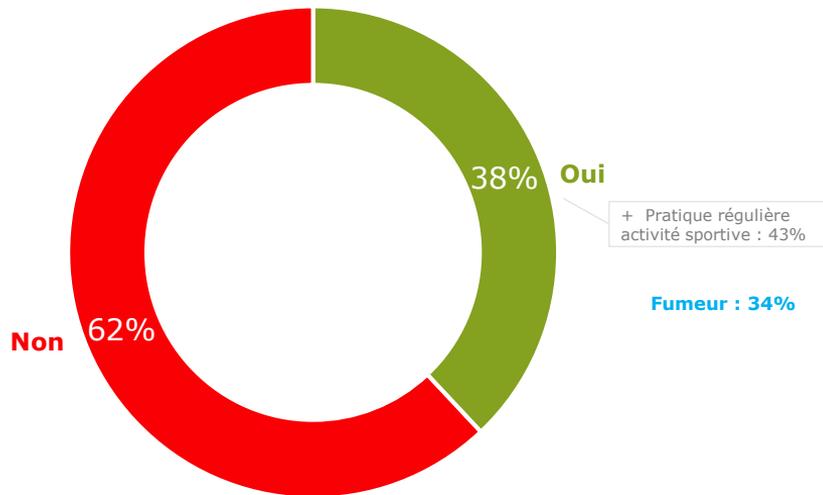
Objectifs :

- Construire les communications de l'ACT.
- Mesurer l'évolution de la perception des Français du tabac, de son industrie et des acteurs de lutte contre le tabac depuis 2020.

Près de 4 personnes sur 10 indiquent savoir que les fabricants de tabac font travailler des enfants, une proportion qui augmente.

Q51. Saviez-vous que la grande majorité des fabricants de tabac dans le monde font travailler des enfants ?

Base : A tous (1000)



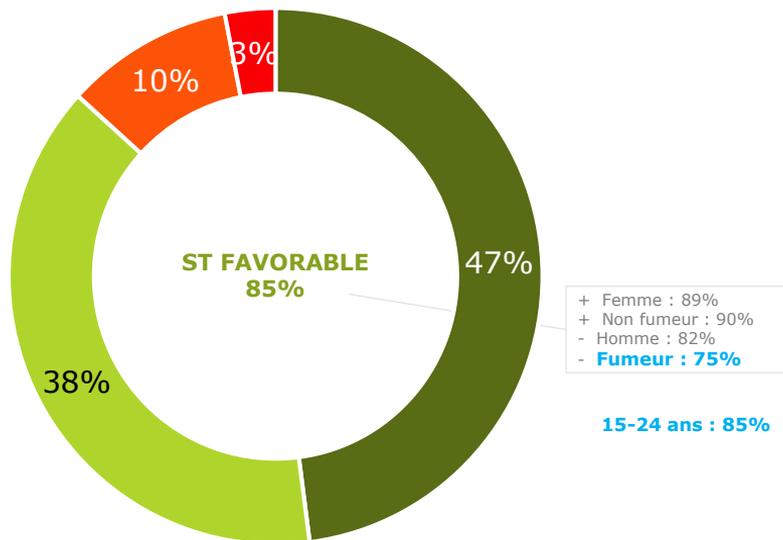
Enquête#3 Sept 2021 Enquête#4 Avril 2022 Enquête#5 Sept 2022

La quasi-totalité des Français adhèrent à ce que les générations soient sans tabac dès 2030, avec également ¾ des fumeurs qui partagent ce souhait.

Q53. Êtes-vous favorable à ce que les générations soient sans tabac à partir de 2030 ?

Base : A tous (1000)

- Oui, très
- Oui, plutôt
- Non, pas tellement
- Non, pas du tout



Enquête#3
Sept 2021

Enquête#4
Avril 2022

Enquête#5
Sept 2022

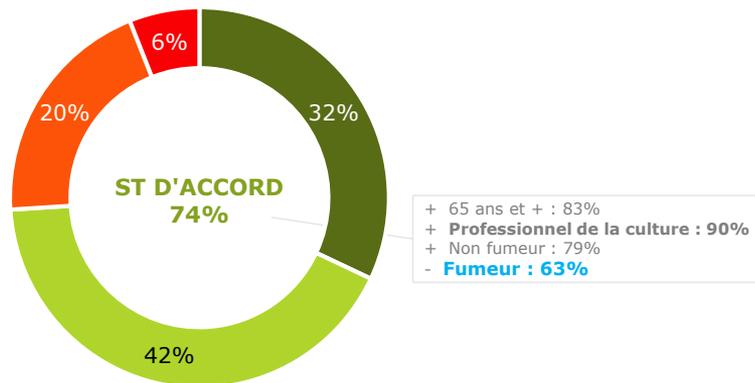
Les ¾ des Français pensent aujourd'hui qu'elle va jusqu'à l'encontre des droits humains avec la vente de produits addictifs, un avis plus partagé qu'en 2020.

Q20. Voici maintenant un certain nombre d'affirmations sur l'industrie du tabac. Merci d'indiquer, pour chacune d'elles, si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord.

Base : A tous (1000)

L'industrie du tabac va à l'encontre des droits humains en vendant un produit addictif

- Tout à fait d'accord
- Plutôt d'accord
- Plutôt pas d'accord
- Pas du tout d'accord



Enquête#1 Nov 2020 Enquête#2 Fév 2021 Enquête#3 Sept 2021 Enquête#4 Avril 2022 Enquête#5 Sept 2022

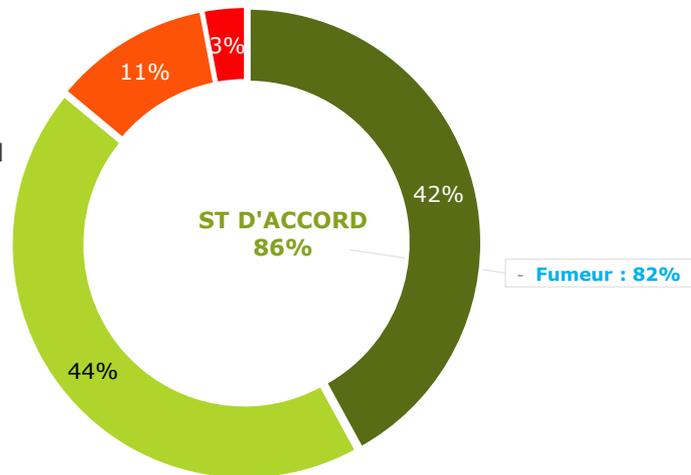
Un sentiment d'impuissance des acteurs de la lutte contre le tabagisme face à l'industrie du tabac qui persiste.

Q20. Voici maintenant un certain nombre d'affirmations sur l'industrie du tabac. Merci d'indiquer, pour chacune d'elles, si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord.

Base : A tous (1000)

L'industrie du tabac est aujourd'hui trop puissante face aux acteurs de la lutte contre le tabagisme

- Tout à fait d'accord
- Plutôt d'accord
- Plutôt pas d'accord
- Pas du tout d'accord



Enquête#1 Nov 2020 Enquête#2 Fév 2021 Enquête#3 Sept 2021 Enquête#4 Avril 2022 Enquête#5 Sept 2022

05

CONCLUSION



MARION CATELLIN
Directrice

05. CONCLUSION

- **Effets prometteurs de la démarche de dénormalisation**

- Depuis 2021, les médias s'emparent enfin du sujet tabac sous un angle sociétal et non plus exclusivement sanitaire...

Forbes

Environnement / #cigarette

Filtres à cigarettes : une pollution majeure pour des bienfaits sanitaires mineurs

Le Monde

JEUNESSES

Les ruses de l'industrie du tabac envers les jeunes

Les cigaretteurs tentent de reconquérir ce public dont les niveaux de consommation n'ont jamais été aussi bas

Ta logique est à la fois implacable et désarmante: **Influenceurs et jeux-concours** sont assortis à sa vapoteuse. Une autre propose à sa communauté **Dans la famille des substances psychoactives les plus consommées** un jeu-concours pour gagner

Le Monde

« L'industrie du tabac multiplie les tentatives pour paraître responsable et respectueuse de l'environnement »

L'ACT-Alliance contre le tabac et une vingtaine d'organisations actrices dans la lutte contre le tabagisme rappellent, dans une tribune au « Monde », que le tabac est un désastre environnemental, de la production à la consommation.

Publié le 31 mai 2022 à 07h00 - Mis à jour le 31 mai 2022 à 07h00 | 🗨️ Lecture 3 min.



Accueil / Environnement / Climat

Pollution

L'industrie du tabac, pire désastre pour la planète

On connaissait les effets délétères du tabac sur la santé. Associations et organismes de santé basent désormais leur argumentation sur les conséquences catastrophiques de la production de cigarettes sur l'environnement pour pousser les fumeurs à écraser leur mégot une bonne fois pour toutes.

05. CONCLUSION

- **Effets prometteurs de la démarche de dénormalisation**
 - ...Relai médiatique qui normalise l'idée d'un futur proche libéré du tabac et de son industrie.



Publié le 10/12/2021 09:31 Mis à jour le 10/12/2021 11:13

Objectif zéro tabac en Nouvelle-Zélande : "Quelque chose d'inexorable dans tous les pays du monde" et la France "s'y dirige", assure un tabacologue

"On imagine tout à fait la France faire la même chose" que la Nouvelle-Zélande, affirme ce vendredi sur franceinfo, Bertrand Dautzenberg, pneumologue et tabacologue.



yahoo/actualités | Yahoo Actualités

Vers l'interdiction de la vente de tabac en France ?



Matthieu Brandely

10 décembre 2021 · 5 min de lecture



05. CONCLUSION

- **Une approche à poursuivre et à amplifier**

- La dénormalisation du tabac est une **approche novatrice de prévention** qui voit principalement ses pleins effets sur le moyen long terme mais qui à court terme démontre déjà son efficacité pour contribuer à un changement de perception des Français vis-à-vis du tabagisme;
- Un **dispositif complémentaire aux actions institutionnelles** de prévention;
- **Facilite** la réalisation de l'objectif gouvernemental d'une **génération sans tabac à l'horizon 2032.**

05. CONCLUSION

- Plus d'informations sur la campagne :



<https://alliancecontreletabac.org/2022/02/17/changeons-leur-futur/>



MERCI
DE VOTRE ATTENTION
