

RÉDUCTION DES RISQUES : LE **DOUBLE JEU** DE L'INDUSTRIE

L'industrie du tabac et de la nicotine s'est construit une image d'acteur responsable basée sur la transformation de son activité commerciale et ses nouveaux produits à « risque réduit ». Ce positionnement résulte en fait d'une stratégie commerciale axée sur la croissance du nombre de consommateurs et la maximisation des profits. Découvrez le double jeu de l'industrie!



DISCOURS



« Nous arrêtons progressivement la vente de cigarettes pour les remplacer par de nouveaux produits moins nocifs. »

- Nouvelles campagnes publicitaires pour la cigarette
- Nouveaux investissements dans la production de cigarettes



FAITS

But réel : Se positionner comme un acteur responsable tout en maximisant ses profits



« Nous sommes des acteurs de la santé publique. »

- Utilisation de la notion de « réduction des risques » comme argument marketing
- Oppositions aux mesures de prévention efficaces
- Actions contre les pays qui renforcent les réglementations



But réel : Influencer les politiques pour protéger ses intérêts économiques



« Notre approche repose sur la science. »

- Recrutement de scientifiques qui défendent ses intérêts
- Financement d'études orientées



But réel : Renforcer sa crédibilité pour influencer les décisions



« Notre marketing ne cible pas les mineurs. »

- Arômes attractifs pour les jeunes
- Parrainages d'événements festifs
- Violation des règles en matière de marketing



But réel : Se faire passer pour un acteur responsable et promouvoir les autorégulations



« Notre technologie innovante est au service du progrès sanitaire. »

- Les filtres et les cigarettes light étaient déjà présentés comme des innovations alors qu'ils n'apportent aucun bénéfice pour la santé
- L'innovation attire de nouveaux consommateurs



But réel : Produire un récit qui la met en valeur

