

COMMENT RENDRE UN PRODUIT TOXIQUE ET ADDICTIF DÉSIRABLE ?

Avec le ciblage de publics vulnérables ⁽¹⁾⁽²⁾

- . **Les plus jeunes** : pour en faire des consommateurs sur le long terme et pour le renouvellement des fumeurs morts prématurément.
- . **Les femmes** : avec une dépendance à la nicotine plus rapide et plus durable que chez les hommes.
- . **Les populations dans les pays en voie de développement** : car moins protégées par des mesures anti-tabac.

Avec l'hypersegmentation ⁽³⁾

Une marque par type de consommateur **pour attirer plus efficacement le plus grand nombre.**

En apprenant à «bien» fumer ⁽⁴⁾

Le fumeur est encouragé à avaler la fumée, un additif (l'ammoniac) en facilite l'absorption par les poumons, et va permettre à l'organisme une meilleure assimilation de la nicotine **renforçant ainsi la dépendance.**

En rassurant / trompant ⁽⁵⁾⁽⁶⁾⁽⁷⁾

- . **Sur les cigarettes «light»** tout aussi nocives, voire plus que les classiques
- . **Sur le filtre**, qui par des «micro trous» fausse les résultats de test sur la nocivité de la fumée.
- . **Sur les arômes**, qui donnent meilleur goût et qui facilite l'absorption de la fumée pour augmenter l'attrait et la dépendance auprès des plus jeunes.

En l'associant à des imaginaires positifs

- . **L'émancipation**, la liberté.
- . **La séduction**, minceur, glamour, «sexy».
- . **La transgression**, rebel, non conforme.
- . **La virilité**

Avec le placement de produits dans les films / séries ⁽⁸⁾

- . **De manière à banaliser, normaliser** le produit et l'acte de fumer
- . **Favorise le tabagisme chez les jeunes**



PUBLICITÉ, MARKETING, PACKAGING...