Coalition québécoise pour le contrôle du tabac

819 rue Roy Est, Montréal (Québec) H2L 1E4; téléphone : (514) 598-5533; télécopieur : (514) 598-5283

COMMUNIQUÉ DE PRESSE
Pour diffusion immédiate

25 juillet 1997

UNE PÉTITION ALARMISTE ET MALHONNÊTE CIRCULE PRÉSENTEMENT AU FESTIVAL JUSTE POUR RIRE

Montréal – Les organisateurs du Festival Juste pour rire font présentement circuler une pétition pour protéger la commandite de tabac. On peut la retrouver dans le kiosque Info Bell à l'entrée du site. La pétition est produite par le *Ralliement pour la liberté de commandite.*

Selon Louis Gauvin, porte-parole de la Coalition : « Cette pétition est trompeuse et manipulatrice. Elle a été conçue pour inciter le public à craindre l'annulation des grands événements culturels d'été à Montréal. »

Le texte accompagnant la pétition dit : *les événements commandités ne font pas la promotion du tabagisme mais celle du jazz, de la musique, du golf, du cinéma, du tennis, de la comédie, du sport automobile, des feux d'artifice et du théâtre.*

Monsieur Gauvin réplique : « Il est certain que le but des événements n'est pas de promouvoir le tabagisme, mais les compagnies de tabac, elles, ont bel et bien comme objectif de promouvoir leur produit mortel à l'aide de la commandite. L'association de leurs marques de cigarettes avec des événements prestigieux comme le Festival de Jazz et le festival Juste pour rire leur confère du prestige, de la légitimité et une image positive. En fait, la commandite d'événements constitue une forme de promotion du type "style de vie", et les meilleurs experts en marketing et en sciences du comportement sont du même avis que nous. La publicité "style de vie" associe un produit à des activités sociales et à des valeurs positives, tout en omettant la diffusion de renseignements véritables sur le produit en question. Pour l'industrie du tabac, cette forme de publicité est idéale puisque l'usage du tabac n'offre aux consommateurs aucun bénéfice palpable – mais bien des inconvénients, dont une espérance de vie sérieusement réduite.

« Une telle pétition risque d'être signée par bien des gens, car elle est basée sur des mythes engendrés par l'industrie du tabac et ses alliés. Nous reconnaissons que la "générosité" des compagnies de tabac a créé une sévère dépendance chez de nombreux organismes artistiques et sportifs, tout comme la nicotine le fait chez les fumeurs. Mais la perte des fonds provenant des commandites de tabac, qui représentent généralement entre 1 à 10 % de leur budget, n'entraîne pas un arrêt de mort pour ces événements populaires. »

Le texte accompagnant la pétition dit également : *Les pertes en commandites risquent de s'élever à plus de 60 millions $, somme que ne peuvent compenser ni les gouvernements ni d'autres commanditaires du secteur privé.*

« C'est faux », poursuit Gauvin. « La nouvelle loi fédérale n'interdit pas la commandite, ni la présence du commanditaire sur le site. Elle interdit l'exploitation de cette commandite pour promouvoir une marque de tabac au delà de l'événement. Les compagnies de tabac peuvent donc continuer à commanditer des événements. Malgré la visibilité réduite, elles n'auront d'autre choix que de se conformer aux restrictions, étant donné que ce sera la seule façon qui leur restera pour promouvoir leurs produits. Il est à noter que le *Ralliement* s'est prononcé contre toute mesure compensatoire qui saurait remplacer les fonds venant de l'industrie.

« Contrairement aux objectifs des organismes artistiques et sportifs, le but principal du *Ralliement* n'est pas d'assurer la survie des événements actuellement commandités par l'industrie du tabac, mais bien de préserver les commandites elles-mêmes. Le *Ralliement* est financé et organisé par l'industrie du tabac. La firme de relations publiques d'*Imperial Tobacco* dirige la campagne du *Ralliement.*

« La prévention des milliers de décès dus aux tabagisme doit demeurer la priorité principale lors de l'élaboration des lois. Comme dans le cas de toute campagne promotionnelle, le lien entre la publicité et la consommation est peut-être difficile à cerner, mais un tel lien n'en est pas moins réel et son contrôle demeure un élément essentiel de toute stratégie de réduction du tabagisme. »

- 30 –

Renseignements :
Coalition : (514) 598-5533 ;
Louis Gauvin, porte-parole : téléavertisseur (514) 361-7046