



Communiqué de presse / PARIS le 22 février

## Droits des Non-Fumeurs et BDDP & Fils lancent une campagne choc auprès des jeunes

Malgré l'effort national pour freiner la consommation de tabac, le tabagisme s'accroît chez les jeunes : les indicateurs repartent à la hausse. Selon l'Office Français de Prévention du Tabagisme (21 octobre 2009), entre 2004-2007 et 2008-2009, le taux de fumeurs quotidiens a augmenté de 5 à 8% à 14 ans, de 8% à 10% à 15 ans, de 14 à 18% à 16 ans, de 20 à 22% à 17 ans et de 24 à 25% à 18 ans. Un constat d'autant plus alarmant que plus on commence à fumer jeune, plus la dépendance sera forte et les dégâts sur la santé importants. Aujourd'hui, 40% des fumeurs de 12 à 25 ans sont déjà dépendants. Pour réagir à l'indifférence désespérante des jeunes à l'égard des discours anti-tabac, DNF choisit aujourd'hui de rompre avec la tiédeur des campagnes préventives.

Les jeunes se montrent insensibles aux arguments santé. Les premières cigarettes sont perçues comme un rite de passage vers l'âge adulte, l'expression d'une forme d'autonomie et d'émancipation.

La campagne imaginée par l'agence BDDP & Fils cherche à inverser ce point de vue et à créer la prise de conscience que fumer n'est pas s'affranchir de l'autorité mais est au contraire un **signe de soumission et de naïveté** : soumission comportementale, psychologique et physique à une drogue addictive qui va contrôler leurs actes, souiller leur corps et même leur coûter cher.

À des jeunes qui aspirent à s'affranchir de l'autorité, la campagne rappelle qu'en fumant ils en acceptent une bien plus intolérable : celle de la cigarette. À des jeunes qui croient réaliser un acte transgressif, la campagne rappelle qu'en fumant ils ne transgressent aucun interdit mais font, bien au contraire, très plaisir à une industrie qui tue prématurément un de ses consommateurs réguliers sur deux.

La communication de DNF prend le parti de bousculer les jeunes fumeurs dans leur indifférence à travers des visuels chocs et dérangeants symbolisant la soumission. Des visuels destinés à faire enfin réagir, à créer le débat et à donner aux non-fumeurs des raisons de se déclarer fiers de rester libres et insoumis face au tabac.

Les affiches et annonces seront prioritairement diffusées dans les lieux de sortie des jeunes et dans la presse. Les photos ont été gracieusement réalisées par le photographe Thomas Geffrier.

**Découvrez la campagne et téléchargez les visuels en haute définition :**  
[http://emailing.bddpunlimited.com/droits\\_des\\_non\\_fumeurs/](http://emailing.bddpunlimited.com/droits_des_non_fumeurs/)

### A propos de DNF

---

*Créée en 1973, DNF est une association sans but lucratif. Présidée par Gérard Audureau, elle fait partie de l'Alliance Contre le Tabac (organisme qui regroupe l'ensemble des associations qui luttent contre le tabagisme) dont elle est membre fondateur. Subventionnée par le Ministère de la Santé et des Sports et reconnue de mission d'utilité publique, DNF est une des rares associations à agir au quotidien dans le champ d'action de la protection des non-fumeurs.*

**Contact DNF :** Rémi Parola, Directeur de DNF (01 42 77 06 56)

Céline Fournier, responsable communication (05 58 43 07 13 / 06 78 26 07 37 )

**Contact agence BDDP & Fils** : Marco de la Fuente, Vice-Président de BDDP & Fils (01 53 21 28 10 / 06 75 09 96 77) [marco.delafuente@bddpetfils.fr](mailto:marco.delafuente@bddpetfils.fr)

Contact Presse BDDP & Fils : Perrine Collin (01 53 21 28 02 / 06 88 32 96 99)  
[perrine.collin@bddpunlimited.com](mailto:perrine.collin@bddpunlimited.com)