

Renoncer au sponsoring de l'industrie du tabac

L'industrie du tabac soutient régulièrement des festivals et manifestations culturelles ou sportives. En échange de ce sponsoring, elle bénéficie souvent d'une présence visible sur le site, à travers des **actions de promotion attractives** et des **campagnes de marketing ciblées**.

Ces stratégies, particulièrement efficaces dans les contextes festifs, influencent les comportements et la perception du tabac, notamment chez les **jeunes**, un public très réceptif à ce type de communication.

Renoncer à tout financement provenant de l'industrie du tabac est un **acte fort et responsable**. S'il exige de trouver de **nouvelles sources de financement**, il permet aussi de positionner la manifestation **comme engagée, cohérente et respectueuse de son public, en particulier des jeunes générations**.

Cette décision renforce la crédibilité des actions de santé et de durabilité déjà entreprises par l'organisation.

Avant la manifestation

- **Sensibiliser le comité d'organisation** et obtenir son engagement collectif en faveur d'un financement éthique.
- Organiser une **présentation ou séance d'information** sur les enjeux et les impacts du sponsoring de l'industrie du tabac afin de favoriser une prise de position éclairée.
- Mettre en avant les **bénéfices d'image et de cohérence** pour attirer de nouveaux partenaires ou sponsors partageant les mêmes valeurs.
- **Établir une charte ou une convention** précisant les engagements pris – notamment l'interdiction de toute publicité, communication ou promotion pour les produits du tabac sur l'ensemble du site (espaces extérieurs et intérieurs, affiches, logos, matériel promotionnel, offres spéciales, hôtes et hôtesse, etc.).

Pendant la manifestation

- **Communiquer clairement** sur le choix du renoncement au sponsoring de l'industrie du tabac, en l'intégrant dans la communication officielle de l'événement.
- **Rendre visible l'engagement** : publications sur les réseaux sociaux, visuels dédiés, sensibilisation des artistes, mention dans la presse et les supports médiatiques.
- Mettre en place une **action d'information sur place**, afin d'expliquer au public la démarche et ses objectifs.

- Valoriser les nouveaux sponsors ou partenaires qui ont remplacé l'industrie du tabac.

Après la manifestation

- Présenter un **bilan transparent** des résultats obtenus et des points à améliorer.
- **Capitaliser sur l'expérience** pour pérenniser la démarche et encourager d'autres manifestations à suivre cet exemple.
- Réaliser un **bilan de la visibilité** des partenaires et des **retombées médiatiques**, afin de mesurer l'impact positif de cette décision.