

La pub du tabac, c'est mortel !

Pour la Journée mondiale sans tabac du 31 mai 2020, l'Organisation mondiale de la santé pointe [les techniques marketing de l'industrie du tabac](#). À cette occasion, la [Ligue pulmonaire vaudoise](#) et [Unisanté](#) dénoncent les manipulations publicitaires dont les jeunes font l'objet, avec le hashtag #lapubdutabaccestmortel et des vidéos postées chaque jour sur leurs pages Facebook du 27 mai au 1^{er} juin. Ces manipulations restent possibles, tant que la publicité pour les produits nicotïnés est autorisée. La réglementation suisse est particulièrement lacunaire à ce sujet. L'interdiction totale de publicité pour ces produits addictifs a pourtant fait ses preuves dans une cinquantaine de pays.

#lapubdutabaccestmortel

L'industrie du tabac dépense 23 millions de dollars en marketing et publicité chaque jour dans le monde. En Suisse, c'est 6 millions de francs par an, selon l'[Observatoire des stratégies marketing pour les produits du tabac](#) publié en 2014. Ce rapport a constaté combien la publicité est omniprésente et cible les jeunes : placement de produits dans des séries TV, gadgets variés, sponsoring de festivals, branding dans les kiosques, sans oublier les multiples comptes sur les réseaux sociaux.

Qui est visé par ces publicités et promotions de l'industrie du tabac ? La jeunesse, via des plateformes web, des influenceurs rémunérés, des soirées privées. Selon l'OMS, le tabac tue un consommateur sur deux. L'industrie a donc besoin de nouveaux consommateurs pour continuer à générer ses bénéfices. Les vidéos postées par Unisanté et la LPV montreront les ressorts identitaires sur lesquels les messages publicitaires se fondent pour influencer la consommation de leurs produits nicotïnés.

Une législation encore trop lacunaire

L'objectif de banaliser et multiplier les produits nicotïnés pour attirer les jeunes est évident. Tabac chauffé, vaporettes, tabac oral, tous sont très addictogènes par la présence de la nicotine. Tous sont susceptibles de créer des problèmes de santé chez leurs consommateurs. La publicité des nouveaux produits de l'industrie du tabac bénéficie de l'absence d'une réglementation stricte.

Le projet de loi sur les produits du tabac, qui devrait être examinée par le parlement cet été, bien que marquant quelques progrès comme la proposition d'interdire la publicité dans les journaux et la distribution d'échantillons gratuits, ne va pas assez loin en regard du risque pour la jeunesse d'être ciblée de la sorte. L'OMS a placé sa journée mondiale sous le hashtag #TobaccoExposed. Rappelons qu'interdire la publicité permettrait à la Suisse de ratifier la [Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac](#) qu'elle a signée en 2004 et qui compte déjà 182 parties.



Contact médias :

Ligue pulmonaire vaudoise : Virginie Bréhier - 021 623 38 87 - virginie.brehier@lpvd.ch

Centre universitaire de médecine générale et santé publique Unisanté : Karin Zürcher - 021 545 10 33 - karin.zurcher@unisante.ch