



Protégeons les jeunes contre le marketing du tabac !

Les études le prouvent clairement : plus les enfants et les jeunes entrent en contact avec la publicité pour le tabac, plus grande est leur propension à commencer à fumer. 57 % des fumeurs et fumeuses ont consommé du tabac avant leur majorité.

Pendant les phases de construction identitaire et la puberté, les enfants et les jeunes sont particulièrement réceptifs aux messages publicitaires de l'industrie du tabac qui mettent en scène des mondes de rêve où règnent un esprit cool, l'appartenance au groupe, le succès et le sex-appeal, qui leur promettent la liberté et qui présentent le fait de fumer comme un plaisir et un loisir distrayant.

Il est prouvé que la publicité pour le tabac a un impact [plus fort](#)¹ sur les jeunes que sur les adultes. Les résultats de la recherche sont unanimes : la publicité pour le tabac a pour effet de renforcer la consommation de [produits du tabac chez les jeunes](#)². De plus, [57 % des fumeurs et fumeuses](#)³ commencent à fumer avant l'âge de 18 ans.

La publicité pour le tabac cible les personnes mineures et les jeunes adultes

La publicité pour le tabac s'adresse directement aux mineurs et aux jeunes adultes, car les personnes plus âgées n'y sont plus vraiment réceptives. Une [enquête sur les stratégies marketing pour les produits du tabac](#)⁴ a recensé le nombre de fois où des personnes mineures et des jeunes adultes étaient exposés à des stimuli pro-tabac au cours d'un weekend comprenant une sortie en soirée. Lors de cette expérience, un total de 68 stimuli a été comptabilisé. Ils se trouvaient dans des kiosques, sur des distributeurs de cigarettes et des écrans. De nos jours, la publicité est de plus en plus présente sur les réseaux sociaux. De plus, 16,2 % des 15 à 17 ans ont déjà reçu des cadeaux promotionnels de la part de l'industrie du tabac.

Atteindre l'âge adulte en bonne santé

L'étude [LuftiBus-Studie](#)⁵, publiée en 2020 a interrogé 3488 élèves de 6 à 17 ans et leurs parents dans le canton de Zurich. Les mesures des fonctions pulmonaires et des paramètres inflammatoires des voies respiratoires ont montré que les enfants et les jeunes qui fumaient présentaient davantage de troubles respiratoires. En comparaison des enfants et jeunes non-fumeurs du même âge, celles et ceux qui fument occasionnellement présentent deux fois plus souvent des symptômes de nez bouché, d'asthme ou de dyspnée. Ceux qui ont indiqué fumer régulièrement présentaient même trois fois plus souvent ces symptômes.

¹ Marketing et publicité pour les produits du tabac – nouveaux éléments :

https://www.bundespublikationen.admin.ch/cshop_mimes_bbl/00/0024817F68691ED3B79B3BFAB2246651.pdf

² p. ex. Hanewinkel et al: Cigarette advertising and adolescent smoking

[https://](https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/31855726/)

pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/31855726/

³ Correlates of self-reported exposure to advertising of tobacco products and electronic cigarettes across 28 European Union member states: <https://tobaccocontrol.bmj.com/content/26/e2/e130>

⁴ Résultats de l'étude : publicité et promotion des ventes le long des chemins empruntés au quotidien :

<https://observatoire-marketing-tabac.ch/resultats-8/>

⁵ Cigarette, shisha, and electronic smoking and respiratory symptoms in Swiss children - The LUIS study:

<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/32716136/>

Oui à une protection efficace de la jeunesse

Le contre-projet n'est qu'un alibi. Les types de publicité qu'il autorise sont justement ceux qui touchent le plus grand nombre de jeunes : publicité dans les journaux gratuits, dans les kiosques, sur Internet, les médias sociaux et les festivals, donc là où les jeunes sont. Même la distribution de gadgets publicitaires, souvent adressés aux jeunes, reste autorisée.



«Les chiffres démontrent que la probabilité pour un adulte de fumer est beaucoup plus élevée s'il a commencé mineur. La protection des jeunes doit primer. La santé d'abord : votons OUI à l'initiative « Enfants sans tabac ».»

Michel Matter,
Conseiller national, vice-président pvl

**Enfants
sans tabac**
le 13 février

OUI