

Lausanne, le 2 septembre 2014

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Dans les bars et les boîtes de nuit, les jeunes sont massivement exposés aux publicités pour le tabac

Impossible de ne pas remarquer la publicité pour les cigarettes dans les lieux de sortie genevois et vaudois. Elle passe surtout par la présence massive d'automates à cigarettes. Ceux-ci n'ont pas pour seul objet de vendre, mais aussi de donner, par leur nombre et leur taille, une forte visibilité aux différentes marques. Une étude de [l'Observatoire des stratégies marketing pour les produits du tabac](#) a été consacrée aux techniques de publicité et de promotion dans les cafés, bars et boîtes de nuit, ainsi qu'à l'utilisation d'automates à cigarettes. Un aperçu.

Des observations systématiques ont été réalisées dans 217 cafés, bars et boîtes de nuit du bassin lémanique et des entretiens ont été menés auprès des tenanciers des établissements concernés ainsi que des hôtes et hôtesse faisant la promotion de cigarettes. Cette étude a été réalisée par Addiction Suisse dans le cadre du projet de l'Observatoire des stratégies marketing pour les produits du tabac, réalisé par le CIPRET-Vaud en collaboration avec Addiction Suisse et le CIPRET Fribourg.

Les observations sur place ainsi que les enquêtes montrent que la publicité pour les cigarettes et la présence d'hôtes/esses se concentrent essentiellement dans les centres urbains de Genève et de Lausanne - et notamment dans les lieux privilégiés par les noctambules de ces villes.

Des publicités et des hôtes/esses faisant la promotion des produits du tabac

Des publicités pour les produits du tabac étaient présentes dans près de 84% des établissements observés dans les cantons de Vaud et de Genève. Cela concernait la totalité des boîtes de nuit visitées, 9 bars sur 10 et plus de deux tiers des cafés. Il s'agit principalement d'automates à cigarettes, qui sont présents dans presque le trois quarts des établissements visités. On trouve des affichettes publicitaires dans 39% des établissements et des cendriers portant une marque de cigarette sont visibles dans un tiers des établissements. Des cendrier-poubelles, des autocollants et des enseignes lumineuses portant le logo d'une marque de cigarette constituent d'autres supports publicitaires présents. Dans plus de la moitié des établissements, l'ensemble des publicités concerne une seule marque de cigarette.

D'après les entretiens effectués avec les tenanciers, certains établissements ont un contrat d'exclusivité avec une marque de cigarette, contre un montant annuel allant de 5'000 à 15'000 CHF. Dans ces établissements, une présence massive de publicités pour la marque en question sous différentes formes peut ainsi être observée.

Les hôtes et hôtesse faisant la promotion pour une marque de cigarette visitent régulièrement les bars et les boîtes de nuit, surtout dans les centres de Genève et de Lausanne, dans le but de véhiculer une image positive et cool d'une marque. Ces personnes ont généralement comme consigne d'approcher les jeunes de 18 à 30 ans qui se déclarent fumeurs et proposent des réductions de prix, associées à des petits cadeaux et à la participation à des concours ou des événements exclusifs.

L'automate, un important support publicitaire

Une étude complémentaire, intégrant également le territoire valaisan, s'est penchée de plus près sur la présence d'automates à cigarettes. Non seulement la présence d'automates multiplie le nombre de points de vente de tabac, mais, du fait de leur taille, ceux-ci favorisent la visibilité des marques. Leur surface - souvent complétée par des affichettes ou des autocollants - constitue un important support publicitaire. Au total, 330 automates ont été observés dans les cantons de Genève, Vaud et Valais. Plus d'un tiers de ces automates sont dotés d'un écran affichant des vidéoclips sur les marques ou les cigarettes concernées. Quelques automates plus anciens ont été équipés d'éléments modernes, tels qu'un écran vidéo, parfois combiné à des fonctionnalités de paiement et de contrôle de l'âge. Près de 94% des automates promeuvent ostensiblement une marque de cigarette. Dans les cantons de Vaud et du Valais, qui connaissent un âge minimum légal pour la vente (18 et 16 ans respectivement), le contrôle de l'âge par le biais d'un jeton distribué par le membre du personnel ou au travers d'un contrôle électronique d'une pièce d'identité n'est pas assuré dans près de 20% des cas.

Les formes de publicités et promotions pour les produits du tabac observées dans cette étude ne font l'objet d'aucune interdiction ni au niveau cantonal ni national. L'avant-projet de Loi sur les produits du tabac (LPTab), actuellement en consultation, ne prévoit aucune restriction à cet égard.



Image 1 – Exemple d'automate à cigarettes observé dans un bar.

[Télécharger les images hd](#)

Projet de l'Observatoire des stratégies marketing pour les produits du tabac

Au printemps 2013, le CIPRET-Vaud, en collaboration avec Addiction Suisse et le CIPRET Fribourg, a lancé l'*Observatoire des stratégies marketing pour les produits du tabac*. Financé par le Fonds de prévention du tabagisme, ce projet de recherche vise à documenter et rendre publiques toutes les formes de publicité, de promotion et de parrainage des produits du tabac en Suisse romande. Les résultats de cette étude sont présentés dès l'été 2014 par l'intermédiaire de divers communiqués de presse. <http://www.cipretvaud.ch/category/le-cipret-vaud/observatoire/>

Informations complémentaires:

Michela Canevascini, CIPRET-Vaud, cheffe de projet, 021 623 37 59 (en français)

Monique Portner-Helfer, porte-parole d'Addiction Suisse pour la Suisse alémanique, 021 321 29 74

Suivez-nous sur Twitter [@Obs_pub_tabac](#)

Annexe: *Publicité et promotion dans les bars, cafés et boîtes de nuit et par le biais des automates à cigarettes. Résumé des résultats.*