

L'ENFUMAGE ARC-EN-CIEL

RÉSUMÉ

Ce décryptage a été réalisé avant un changement important survenu au printemps 2025. Sous pression de l'administration Trump, les cigarettiers ont supprimé des pages de leur site internet décrivant leur engagement pour les personnes LGBTIQ+. Ils ont également cessé de communiquer sur cette thématique sur les réseaux sociaux. Cela illustre clairement que leur soutien à la cause LGBT n'était qu'un instrument de communication opportuniste, abandonné dès lors qu'il ne servait plus leurs intérêts politiques ou commerciaux.

- **Pinkwashing** : l'industrie du tabac se présente comme une alliée de la communauté LGBTIQ+ en finançant des associations et en promouvant l'inclusion. Cependant, depuis des décennies, elle cible cette communauté à travers des campagnes publicitaires spécifiques, contribuant à une prévalence du tabagisme plus élevée que la moyenne et tirant profit d'une population déjà victime de discriminations.
- **Duplicité** : malgré son image inclusive, l'industrie du tabac entretient une contradiction majeure en finançant l'UDC, un parti très conservateur qui s'oppose systématiquement aux droits des personnes LGBTIQ+.
- **Appel à l'action** : Pour lutter contre cette hypocrisie, la Suisse devrait, comme le recommande l'OMS, interdire la communication autour des activités de « Responsabilité sociale » des cigarettiers afin d'éviter qu'ils n'instrumentalisent ces actions à des fins d'image.

L'industrie du tabac s'affiche comme étant une alliée

Japan Tobacco International (JTI) et Philip Morris International (PMI) affichent un fort engagement pour une société tolérante et inclusive envers les personnes LGBTIQ+. Sur les réseaux sociaux, les cigarettiers mettent en avant l'existence de groupes internes dédiés à la diversité et affichent leur soutien à des associations de la communauté LGBTIQ+. JTI et PMI ont été récompensées par le Swiss LGBTI-Label et ont financé la Geneva Pride jusqu'en 2022. JTI est également un partenaire clé de l'association Swiss Diversity. Cependant, au-delà de ces actions positives, leur engagement semble surtout motivé par un gain d'image et un avantage commercial, plutôt que par une volonté de soutenir durablement la communauté LGBTIQ+.

La communauté LGBTIQ+ est une cible marketing de l'industrie

La communauté LGBTIQ+ représente un marché lucratif pour l'industrie du tabac, qui investit depuis plus de trois décennies dans des campagnes publicitaires ciblées, tout en démentant cette pratique. Les personnes LGBTIQ+ fument davantage que la moyenne et subissent plus lourdement les effets dévastateurs du tabagisme. Et la Suisse n'échappe pas à cette tendance mondiale.

Soutien financier à un parti opposé à l'extension des droits des personnes LGBTIQ+

Mais l'hypocrisie ne s'arrête pas là. L'industrie du tabac est un soutien historique des partis conservateurs opposés aux droits et à la reconnaissance des personnes LGBTIQ+. A l'image d'une filiale du cigarettier Reynolds American (propriété de British American Tobacco), ayant fait le plus gros don d'entreprise de la campagne 2024 de Donald Trump aux États-Unis, PMI finance régulièrement l'UDC en Suisse depuis les années 1980. En 2023, le parti a ainsi reçu 35'000 CHF du géant du tabac. Un soutien qui contraste avec l'image d'inclusivité affichée par PMI et JTI, puisque l'UDC s'est systématiquement opposée à toute avancée en faveur des personnes LGBTIQ+.

Interdisons l'instrumentalisation de la cause LGBTIQ+

En interdisant la communication sur les activités de « Responsabilité sociale » des entreprises, notamment la promotion de l'inclusion, comme le préconise la Convention-Cadre pour la Lutte Anti-Tabac de l'OMS, la Suisse pourrait mettre un terme à ce double discours. Une telle mesure limiterait l'influence de l'industrie du tabac, dont les stratégies profitent à ses intérêts économiques au détriment de la santé et des droits des personnes LGBTIQ+ en Suisse.