

Lausanne, 28 mai 2026

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Oui, l'Université de Genève a bien réalisé des recherches sur des enfants pour Philip Morris

La multinationale du tabac Philip Morris a toujours affirmé ne pas mener d'étude de marketing sur les enfants. Pourtant, elle en réalisait bel et bien, notamment à l'Université de Genève. Dans les années 1990, Philip Morris a financé à hauteur de 190'000 CHF des recherches dans cette université sur des centaines d'enfants et adolescents dès 9 ans. Ces résultats ont contribué à développer des stratégies marketing dont les effets se font encore sentir aujourd'hui, avec une consommation de tabac et de nicotine chez les jeunes qui reste élevée.

C'est ce que révèle aujourd'hui [une nouvelle enquête de l'initiative Transparency and Truth](#), basée sur des documents internes de l'industrie du tabac.

Conduites entre 1994 et 1997 par la professeure de psychologie clinique Elsa Schmid-Kitsikis et son assistante Helga Kilcher, ces recherches visaient à mieux comprendre le rapport des jeunes au tabagisme : **perception du risque, influence des parents fumeurs, image sociale de la cigarette ou encore mécanismes d'initiation au tabac.**

Les documents analysés par OxySuisse révèlent pour la première fois les véritables enjeux de ces recherches : **l'intérêt stratégique de Philip Morris pour les comportements des jeunes, sa volonté d'obtenir des données « utilisables » pour l'entreprise, ainsi que le rôle actif joué par les universitaires dans la collaboration et pour l'accès à des enfants dans les écoles neuchâteloises.**

Les résultats de ces recherches ont permis à la multinationale de mieux comprendre le rapport au risque des enfants et ainsi mieux les cibler dans ses campagnes marketing, dont on observe aujourd'hui les résultats avec une consommation de produit du tabac et de la nicotine chez les jeunes qui reste élevée et ne diminue pas¹.

Les révélations d'OxySuisse contredisent ainsi directement les déclarations de Philip Morris de l'époque, qui affirmait n'avoir jamais conduit de recherches marketing sur des mineurs.

PHILIP MORRIS VOULAIT « SURMONTER LES ATTITUDES ANTITABAC »

L'enquête met également en lumière la stratégie de Philip Morris visant à utiliser les collaborations universitaires pour **renforcer sa crédibilité scientifique et son influence politique.**

À l'époque, le département « Science & Technology » du cigarettier avait notamment pour mission de : « *surmonter les attitudes antitabac* » et « *accéder au circuit interne* » des milieux scientifiques et politiques.

¹ Notari, L., Amos, J. & Delgrande Jordan, M. (2026). Produits du tabac et de la nicotine – Résultats de l'Enquête Santé et Lifestyle 2025 et évolutions récentes (Rapport de Recherche N°188). Lausanne: Addiction Suisse.

https://www.bag.admin.ch/dam/fr/sd-web/W59dHy26pafk/Schlussbericht%20Tabak%20Nikotin%20final_30.4.2026.pdf

Pour OxySuisse, cette affaire illustre encore une fois l'intérêt de l'entreprise à comprendre la psychologie des enfants pour mieux les cibler dans ses campagnes marketing afin de les pousser à la consommation.

LA MOITIÉ DES UNIVERSITÉS COLLABORE TOUJOURS AVEC L'INDUSTRIE DU TABAC

L'affaire relance le débat sur les liens entre universités et industrie du tabac en Suisse.

[Une enquête](#) publiée en février 2026 par *Transparency and Truth* révélait que plus de la moitié des institutions universitaires suisses avaient entretenu, entre 2019 et 2024, des collaborations, souvent problématiques, avec l'industrie du tabac.

Pour OxySuisse, ces révélations montrent que le monde académique suisse continue de sous-estimer les risques que ces partenariats font peser sur l'intégrité scientifique et la réputation des institutions, malgré les nombreux scandales de manipulation scientifique impliquant une industrie responsable de 26 décès par jour en Suisse.

CITATION

« Le plus choquant dans cette affaire, c'est qu'un cigarettier ait pu utiliser le prestige d'une université suisse (et peut-être la naïveté de certaines chercheuses) pour étudier des enfants et des adolescents afin de mieux les pousser à la consommation. »

Ne soyons pas dupes : derrière ces recherches, il y avait la volonté de mieux cibler les jeunes, alors même que l'industrie du tabac ne depuis des décennies s'y intéresser. »

Michela Canevascini, directrice d'OxySuisse

Retrouvez l'enquête complète « Quand l'Université de Genève étudiait des enfants pour Philip Morris » sur : <https://transparencyandtruth.ch/ressource/philip-morris-universite-geneve-enfants-cigarette/>

Contact presse : **Hugo Molineaux**, collaborateur scientifique
hugo.molineaux@oxysuisse.ch
+41 77 412 70 74

OxySuisse & Transparency and Truth

OxySuisse est une organisation suisse indépendante basée à Lausanne engagée depuis 2004 pour une société libérée de l'addiction au tabac et à la nicotine et de ses conséquences néfastes, ainsi que des agissements de l'industrie qui la propage.

OxySuisse met en œuvre l'initiative **Transparency and Truth**, qui documente les stratégies d'influence de l'industrie du tabac afin de renforcer la conscience publique et de contribuer à la dénormalisation d'une industrie responsable d'environ 9'500 décès par an en Suisse. L'initiative est financée par le [Fonds de prévention du tabagisme](#) et s'inscrit dans la stratégie nationale 2025-2028 du Fonds.