

Lausanne, le 23 juin 2026

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Nouvelle enquête : comment l'industrie du tabac instrumentalise la réduction des risques pour séduire les jeunes

Cigarettes électroniques, sachets de nicotine, tabac chauffé : l'industrie du tabac présente ces produits comme une révolution sanitaire destinée à remplacer la cigarette. Une nouvelle enquête publiée par *Transparency and Truth* montre pourtant que cette stratégie sert avant tout à maintenir l'addiction à la nicotine, attirer de nouveaux consommateurs, en particulier les jeunes, et augmenter les profits des multinationales du tabac.

Basé sur des documents internes de l'industrie et sur la littérature scientifique la plus récente, ce nouveau dossier décrypte le récit de « réduction des risques » développé par les cigarettiers et met en lumière ses contradictions.

Les « nouveaux produits » ciblent aussi les enfants et les jeunes

Alors que l'industrie affirme réserver ces « nouveaux produits » aux personnes adultes qui fument, ses campagnes de publicité racontent une autre histoire. Arômes attractifs, design coloré, présence dans les festivals, influence sur les réseaux sociaux : tout est pensé pour séduire de nouveaux consommateurs, notamment les jeunes.

L'objectif est double :

- **Maintenir les personnes dépendantes dans la consommation de nicotine**, en leur proposant ces produits comme une alternative à l'arrêt.
- **Recruter une nouvelle génération de consommateurs.** Selon l'enquête « Santé et Lifestyle 2025 » les jeunes commencent principalement à consommer de la nicotine ou du tabac avec ces « nouveaux produits » aromatisés.¹

Le jackpot : ce sont des produits extrêmement rentables

En Suisse, sachets de nicotine, cigarettes électroniques et produits du tabac chauffé bénéficient d'une fiscalité particulièrement avantageuse. L'industrie profite de cette situation pour augmenter fortement sa marge. Selon les estimations de Philip Morris, les « nouveaux produits » génèrent une marge nette 2,6 fois supérieure à celle des cigarettes conventionnelles.

¹ [Enquête Santé et Lifestyle](#)

Mondialement, les cigarettes restent au cœur du modèle économique

Malgré son discours de transformation, l'industrie continue d'investir massivement dans la conception, la production et la commercialisation des cigarettes combustibles. La diminution mondiale de la consommation de cigarettes a d'ailleurs ralenti depuis 2020. Et Philip Morris vient de lancer une campagne marketing mondiale « I AM Marlboro » pour promouvoir leur marque de cigarettes². Ce n'est donc pas la santé qui oriente les choix de l'industrie, mais le profit³. Sinon, elle arrêterait de vendre des cigarettes ou en tout cas d'en faire la promotion.

Réduction des risques : conflit d'intérêt

Pour OxySuisse, le concept de réduction des risques dans le domaine du tabac ne peut être laissé dans les mains de l'industrie, en raison d'un conflit inconciliable entre ses intérêts commerciaux et les objectifs de la santé publique. Cette prudence est d'autant plus justifiée que l'industrie a, par le passé, présenté certains produits comme moins nocifs (p.ex. les cigarettes light), alors que c'était une tromperie. Par ailleurs, le potentiel réel de réduction des risques des « nouveaux produits » reste encore insuffisamment établi.

CITATIONS

« L'industrie du tabac se présente aujourd'hui comme une solution au problème qu'elle a elle-même créé. Sous couvert de « réduction des risques », elle cherche surtout à maintenir et étendre l'addiction à la nicotine afin de préserver ses profits. »

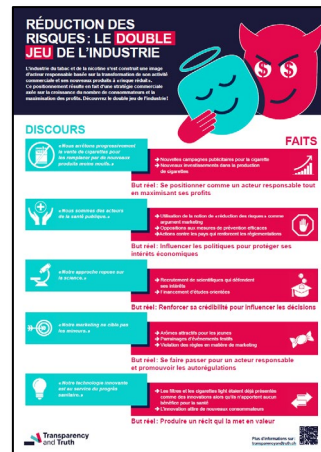
Hugo Molineaux, collaborateur scientifique, OxySuisse

Retrouvez les documents du dossier « La réduction des risques au service de la hausse des profits. Le récit trompeur de l'industrie du tabac » sur [notre site](#).

- [Le livret](#)
- [L'infographie](#)
- [La vidéo](#)

² <https://www.generationsanstabac.org/fr/actualites/philip-morris-relance-une-campagne-mondiale-pour-marlboro/>

³ Le 10 juin, Philip Morris s'est vu infliger une amende de 7 millions d'euros en Italie pour « tromperie » dans ses publicités.



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 9'200 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.