

L'INDUSTRIE DU TABAC ET DE LA NICOTINE CIBLE (ENCORE ET TOUJOURS) LES JEUNES

CONTEXTE

Malgré son discours affirmant ne s'adresser qu'aux adultes, l'industrie du tabac et de la nicotine continue de cibler les jeunes, car ils représentent sa principale source de nouveaux consommateurs. La majorité des fumeurs commencent avant 18 ans, une période où le cerveau est particulièrement vulnérable à la dépendance à la nicotine. En ciblant les jeunes, l'industrie du tabac s'assure une clientèle pour de nombreuses années.

MARKETING CIBLÉ

Pour séduire les adolescents, l'industrie exploite les mécanismes psychologiques propres à cet âge. Elle présente le tabac comme un symbole d'émancipation et associe sa consommation à des valeurs telles que la liberté, la rébellion, l'expérimentation ou l'appartenance à un groupe. Paquets colorés, personnages inspirés des mangas, arômes fruités et prix attractifs : tout est pensé pour attirer les jeunes. Les stratégies de promotion ont évolué avec les habitudes des jeunes. Les réseaux sociaux occupent désormais une place centrale, aux côtés des influenceurs, des placements de produits dans les films, séries et vidéoclips, du parrainage d'événements festifs ou encore de la distribution d'échantillons gratuits.

LOBBYING INTENSIF

Au-delà de la publicité, l'industrie cherche également à freiner les politiques de santé publique destinées à protéger les jeunes. Elle s'oppose régulièrement aux mesures de prévention reconnues comme efficaces, en invoquant la liberté économique et la responsabilité des consommateurs. La Suisse demeure l'un des pays européens les moins avancés en matière de lutte contre le tabagisme. Elle reste le seul pays européen à ne pas avoir ratifié la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac. Malgré quelques progrès, la protection des jeunes reste insuffisante, notamment en raison du poids économique et politique de l'industrie du tabac, dont les sièges internationaux de Philip Morris et Japan Tobacco sont installés en Suisse.

COMMENT PROTÉGER LES JEUNES

Protéger les jeunes du tabagisme passe par des mesures reconnues comme efficaces : augmenter les taxes, interdire toute publicité et les arômes attractifs, réglementer strictement les nouveaux produits nicotinés, instaurer des espaces sans fumée et faciliter l'accès à l'aide au sevrage. Des campagnes de prévention ciblées, adaptées aux jeunes et dénonçant les stratégies de l'industrie, sont également essentielles.