

Communiqué de presse

Lausanne, le 08.06.2017

## Les jeunes sont massivement victimes de la publicité pour le tabac

Une étude menée par l'Institut du Management et des systèmes d'information de la HEG Arc, sur mandat du CIPRET-Vaud, a utilisé une technique de suivi du regard (*Eye tracking*) pour analyser l'impact de la publicité pour les produits du tabac auprès de jeunes de 10 à 17 ans. Les résultats sont éloquentes : le 100% des jeunes qui entrent dans un kiosque est touché par des publicités en faveur du tabac. En moyenne lors d'une visite de 5 minutes, le regard des jeunes s'arrête 22 fois sur des supports publicitaires pour le tabac, majoritairement de manière inconsciente.

L'étude menée, sur mandat du [CIPRET-Vaud](#), par l'[Institut du Management et des systèmes d'information de la HEG Arc](#) a consisté à équiper 34 jeunes de 10 à 17 ans de lunettes spéciales permettant de suivre le comportement oculaire (*Eye tracking*) et de les emmener dans un kiosque vaudois. Cette technique a permis d'analyser les parcours, les points et les durées de fixation du regard des jeunes lors d'une tâche ordinaire (achat d'une boisson, d'un snack, d'un journal, etc.).

Les résultats montrent que la totalité des participants a été soumise à la pression publicitaire en faveur du tabac lors de son passage dans un point de vente. Et cela de manière massive puisque chaque jeune a fixé en moyenne 22 fois des produits ou supports publicitaires en faveur du tabac en l'espace d'une seule visite d'une durée de 5 minutes. Pourtant, interrogés à l'issue de l'expérience sur ce qu'ils se souviennent avoir vu dans le kiosque, seuls 3 participants (9%) citent spontanément les cigarettes. **Non seulement l'exposition des jeunes au marketing du tabac est inévitable, mais elle est importante et la plupart du temps inconsciente.** Pourtant, il est démontré que des expositions courtes, répétées et non conscientes à des stimuli publicitaires ont un impact positif sur les jugements et intentions d'achat.

Les kiosques sont des lieux stratégiques où est investie la grande majorité des dépenses en matière de marketing pour les produits du tabac. L'[Observatoire des stratégies marketing pour les produits du tabac](#), une autre étude menée par le CIPRET-Vaud en 2013-2014, a comptabilisé jusqu'à 27 supports publicitaires pour ces produits dans un même point de vente. Ces deux études combinées démontrent que les jeunes sont massivement exposés à des stimuli pro tabac à chaque fois qu'ils entrent dans un point de vente. Or il est avéré que [la promotion du tabac sur les points de vente](#) augmente fortement la probabilité que les jeunes commencent à fumer.

Force est de constater que la législation suisse actuelle ne permet pas de protéger la jeunesse de l'influence massive et inconsciente des publicités pour le tabac. Or, l'interdiction de toute publicité en faveur du tabac, de la promotion et du parrainage, représente un moyen efficace pour réduire la consommation et protéger les jeunes de l'entrée dans le

tabagisme. Recommandée par l'OMS et [appliquée dans la plupart des pays européens](#), une telle mesure est [soutenue par la majorité des Helvètes](#). Malgré cela, le Parlement suisse a récemment renvoyé le projet de loi fédérale sur les produits du tabac qui prévoyait de restreindre la publicité pour ces produits.

## Le CIPRET-Vaud

Le [CIPRET-Vaud](#) est le centre de référence cantonal en matière de prévention du tabagisme. Il a pour mission de développer des projets et une expertise pour assurer l'information en matière de prévention du tabagisme auprès de la population vaudoise, des autorités, des entreprises et des professionnels de la santé, du social et de l'éducation du canton de Vaud.

Le CIPRET-Vaud, sur mandat du Service de la santé publique, est en charge de la mise en œuvre du Programme cantonal de prévention du tabagisme. Il travaille en lien avec les partenaires du domaine au niveau cantonal, régional et national.

## Contact médias

- **Karin Zürcher**, Responsable, CIPRET-Vaud  
078 690 30 54, [karin.zuercher@fvls.vd.ch](mailto:karin.zuercher@fvls.vd.ch)
- **Dr. Julien Intartaglia**, Professeur de marketing et de publicité, HEG-arc  
078 913 14 81, [julien.intartaglia@he-arc.ch](mailto:julien.intartaglia@he-arc.ch)

## Annexes

- [Présentation des résultats « L'impact de la publicité pour les produits du tabac dans les points de vente en Suisse auprès de jeunes ». HEG Arc](#)
- Photos de l'expérience à disposition sur demande