

Lausanne, le 15 novembre 2022

COMMUNIQUÉ

Tabagram : un outil ludique et novateur pour déjouer les stratégies publicitaires de l'industrie du tabac

Dans ses campagnes publicitaires, l'industrie du tabac cible principalement la jeunesse. À l'aide du jeu sur tablette Tabagram lancé ce jour, Unisanté invite les jeunes vaudoises et vaudois à développer leur esprit critique vis-à-vis des stratégies marketing des cigarettiers.

Sensibiliser les jeunes à la sophistication des stratégies marketing pour les produits du tabac, dont ils sont la cible principale, est un enjeu de santé publique. L'omniprésence de ces produits sur les réseaux sociaux et en marketing digital a conduit à la création d'un outil sur tablette reprenant le design d'un réseau social bien en vue. Unisanté y propose une expérience interactive où les jeunes jouent le rôle d'une personne modératrice de réseau social, ils-elles sont invité-es à signaler tous les contenus publicitaires et promotionnels pour le tabac ou la nicotine qu'ils croisent au détour des stories qui leur sont présentées. Soutenu financièrement par le Fonds de prévention du tabagisme (FPT) dans le cadre de son [Programme Free.Fair.Future](#), et intégré au Programme cantonal vaudois de prévention du tabagisme 2022-2025, Tabagram est mis gratuitement à disposition sur des tablettes tactiles. Il est accompagné d'un guide pédagogique destiné aux professionnel·les permettant d'animer l'activité et d'engager des discussions avec les jeunes autour des formes très larges et parfois discrètes que prennent la publicité et la promotion de ces produits.

Marketing et protection des jeunes à la publicité

L'exposition à la publicité pour le tabac [augmente l'initiation au tabagisme](#) et la majorité des fumeurs commence avant 18 ans. L'industrie du tabac cible les jeunes pour renouveler sa clientèle. Elle vise les lieux qu'ils fréquentent (festivals, réseaux sociaux, etc.), utilise leur langage et préférences visuelles et associe le tabac à des référentiels qu'ils valorisent (fête, prise de risques, indépendance, drague, etc.), tout en leur offrant la possibilité de gagner des cadeaux ou de vivre des expériences uniques. [L'Observatoire des stratégies marketing pour les produits du tabac en Suisse romande](#) (Unisanté, 2013-2014) documente ces multiples canaux et formes de publicité. En Suisse, la loi fédérale sur les produits du tabac (LPTab) qui devrait entrer en vigueur début 2024 autorise toujours la publicité dans les journaux gratuits, sur internet, et donc sur les réseaux sociaux, ainsi que dans les festivals et les points de vente. L'initiative « enfants et jeunes sans publicité pour le tabac », acceptée par le peuple en février 2022, permettra d'améliorer la LPTab en incluant toutes les publicités qui atteignent les enfants et les jeunes. Sa mise en œuvre devrait être débattue au Parlement l'année prochaine pour une entrée en vigueur vers 2025.

Informations

[Présentation vidéo](#) | Réserver Tabagram : tabagisme@unisante.ch ou 021 545 31 96

Contacts

Vanessa Prince, chargée de projet, Secteur prévention du tabagisme, vanessa.prince@unisante.ch, 078 736 63 94

David Chauvet, responsable des relations médias, david.chauvet@unisante.ch, 079 556 85 87