



Fiche d'information

Recettes publicitaires liées aux produits du tabac dans les médias en 2021

Les recettes publicitaires liées aux produits du tabac dans les médias suisses sont estimées en 2021 à 10,4 millions de francs, soit 0,2 % de leurs recettes publicitaires. Ces montants ont massivement diminué par rapport à 2000 et sont marginaux pour les médias comme l'affichage et la presse. Ces données ont été relevées par Media Focus et analysées par l'OFSP.

CHIFFRES CLÉS

En 2021, les recettes publicitaires liées aux produits du tabac représentent

0,2 %

de toute la publicité dans les médias en Suisse.

Au total
10,4 millions de francs
sont dépensés par l'industrie, essentiellement dans la presse écrite et l'affichage.

PRINCIPALES CONCLUSIONS

Recettes publicitaires liées aux produits du tabac en Suisse

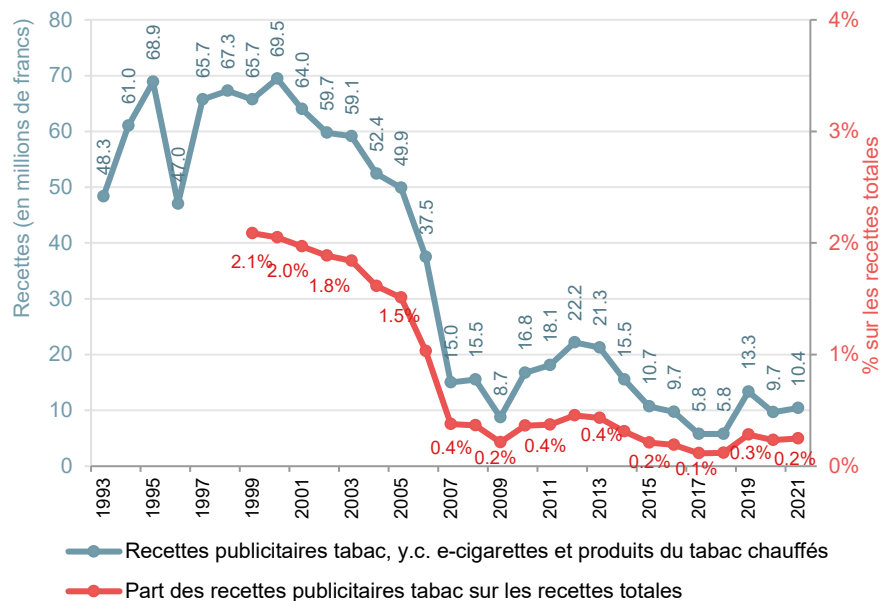
Les médias analysés sont l'affichage, la presse, le cinéma, la télévision, la radio et certains médias électroniques suisses. La publicité pour les produits du tabac prend également d'autres formes (sponsoring, médias sociaux, lieux de vente, etc.) qui ne sont pas prises en compte ici.

Les montants consacrés à la publicité pour les produits du tabac en 2021, soit 10,4 millions de francs, sont 7 fois plus bas que ceux observés en 2000. Une telle baisse s'explique par l'introduction progressive d'interdictions de publicité pour le tabac dans de nombreux cantons.

Concernant la répartition des montants, 59% concernent des produits du tabac chauffé (en forte augmentation), 16%, les cigarettes, 9%, l'image générale de marques, 8%, les cigares et 6%, le Snus (avec ou sans tabac).

La part que représentent ces montants sur la totalité des recettes publicitaires en Suisse est passée de 2,1% en 2000 à 0,2% en 2021.

Evolution des recettes publicitaires liées aux produits du tabac en Suisse



Source: Données Media Focus – Synthèse OFSP

Publicité tabac, selon le type de média

En 2021, la presse écrite regroupe 68% des montants de publicité (7,0 millions de francs répartis entre médias payants et gratuits, à hauteur de 6.5 millions et 0,5 million de francs respectivement) et l'affichage, 21%

Dans la presse écrite,
les médias payants
regroupent
93%

des montants concernant la publicité pour le tabac (en hausse), contre 7% pour les médias gratuits.

La publicité pour le tabac représente au

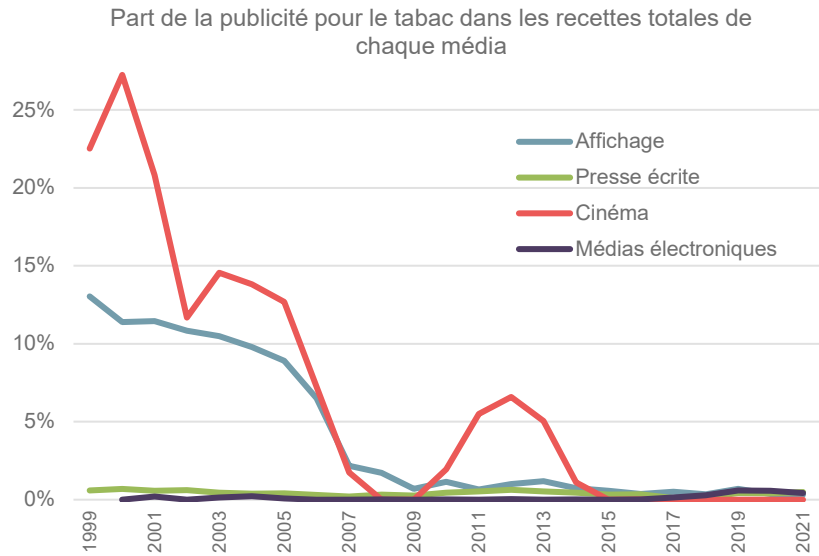
maximum
0,5%

des recettes publicitaires d'une branche média.

(2,1 millions de francs). Ces montants sont massivement moins importants que par le passé. Pour le cinéma, les dépenses de publicité sont passées de 10 millions de francs en 2000 à zéro depuis 2015. Le solde concerne les médias électroniques.

Part des recettes publicitaire tabac pour chaque média

En 2021, pour chaque média, les recettes publicitaires associées aux produits du tabac ne représentent qu'une part marginale des revenus : seulement 0,5% des recettes publicitaires totales de la presse écrite, et 0,3% pour l'affichage.



Source: *Données Media Focus – Synthèse OFSP*

Media Focus évalue les diffusions publicitaires recensées dans tous les groupes de médias conformément aux tarifs médias bruts publiés. Ne sont comptabilisés que les médias faisant l'objet d'une diffusion à partir de la Suisse. Les montants concernant les médias électroniques sont liés aux informations envoyées par les agences médias à Media Focus.

La publicité pour le tabac en Suisse est autorisée, sauf :

- à la radio et à la télévision;
- celle spécifiquement adressée aux moins de 18 ans
- la distribution d'objets publicitaires gratuits à des mineurs.

Un certain nombre de cantons ont une législation plus restrictive qu'au niveau fédéral. Le détail peut être trouvé ici : www.bag.admin.ch → Stratégie & politique → Prévention du tabagisme : mandats politiques → Politiques cantonales → Restriction de publicité pour le tabac [LINK]

SOURCE

Media Focus – Synthèse OFSP, 2022

CONTACT

Office fédéral de la santé publique OFSP
Division Prévention des maladies non transmissibles
Section Bases scientifiques
BAGgrundlagen@bag.admin.ch

DATE

Août 2022