

MANIPULÉS PLUTÔT QU'INFORMÉS

Comment l'industrie du
tabac séduit les jeunes



« On vous manipule ! »

- Chaque jour
- Et peut-être sans vous en rendre compte

Le défi

Vous allez voir plusieurs publications sur les réseaux sociaux.
Sais-tu reconnaître s'ils font la promotion de **produits
nicotiniques** ou non ?

- Votez à main levée pour chaque image
Oui = lève la main 🖐️
- Notez le nombre de bonnes réponses.

Soyez critiques
Ne vous laissez pas tromper !

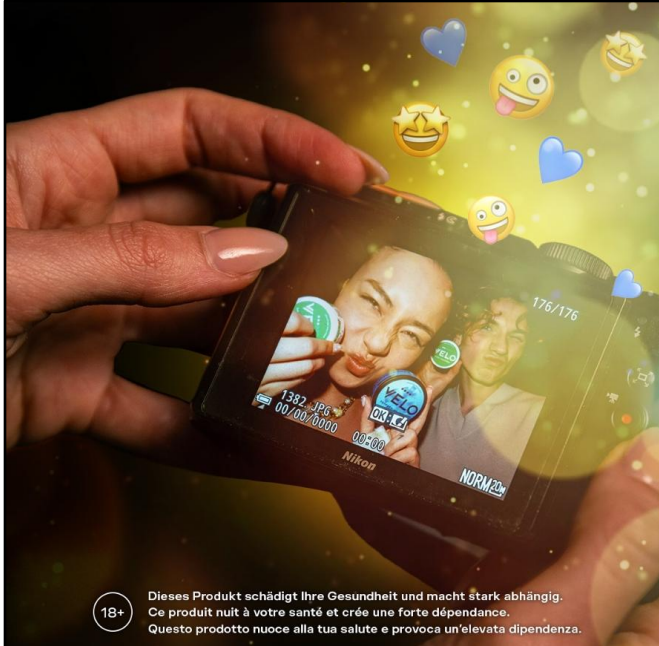
Les élèves qui ne lèvent pas la main = Non



Est-ce de la
publicité ?
Oui ou non ?

Cette publication provient du compte de Niiomi, une DJ et influenceuse suisse qui a été invitée à un festival de musique par VELO Switzerland.

- Dans les publications sponsorisées de Niiomi, le produit est intégré dans un environnement festif.
- Cette mise en scène vise à transmettre un sentiment d'appartenance à une communauté perçue comme jeune et branchée.
- **Groupe cible** : les jeunes qui découvrent la vie festive



Est-ce de la
publicité ?
Oui ou non ?

Une main féminine manucurée montre une photo qu'elle a prise : deux jeunes gens montrent les produits nicotiniques au centre (3 produits) associés à une bouche en cœur. On dirait qu'un moment particulièrement joyeux et amusant a été immortalisé.

- Cela transmet une image de plaisir et d'amitié en association avec le produit.
- Utilisation d'émojis, de selfies avec des grimaces
- **Groupe cible** : les jeunes qui s'amusent avec leurs amis et qui veulent essayer quelque chose de nouveau.



Est-ce de la
publicité ?
Oui ou non ?

Cette publicité provient d'un magasin spécialisé dans la vape. Au premier plan, on voit deux recharges de liquide (chacune sur le côté de l'image).

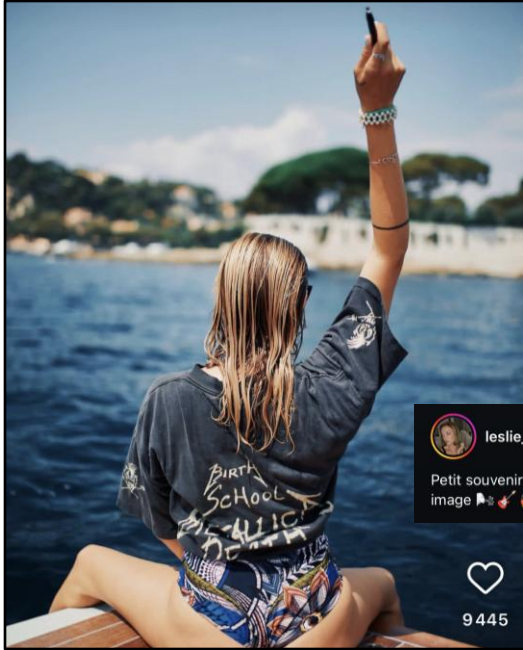
- La publicité utilise des personnages de mangas pour promouvoir les produits (liquides pour cigarettes électroniques).
- Les arômes sont présentés comme une aventure.
- **Groupe cible** : les jeunes qui s'intéressent aux mangas



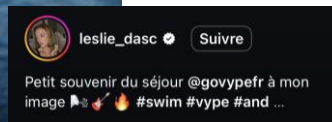
Est-ce de la
publicité ?
Oui ou non ?

Paleo Festival (Nyon), été 2025. Japan Tobacco International a mis en place une zone de fête réservée aux adultes lors du festival.

- Diverses activités y étaient proposées (maquillage de soirée, silent party) et les produits de l'entreprise y étaient vendus (cigarettes, sachets de nicotine et cigarettes électroniques).
- L'espace était délibérément isolé de l'extérieur et semblait « mystérieux », car on ne pouvait pratiquement rien voir de l'extérieur. Cela a créé un effet d'exclusion pour les mineurs, susceptible d'éveiller leur curiosité et leur désir d'y accéder.
- **Groupe cible** : tous les jeunes présents au Paleo Festival (des installations similaires sont présentes dans de nombreux autres festivals connus).



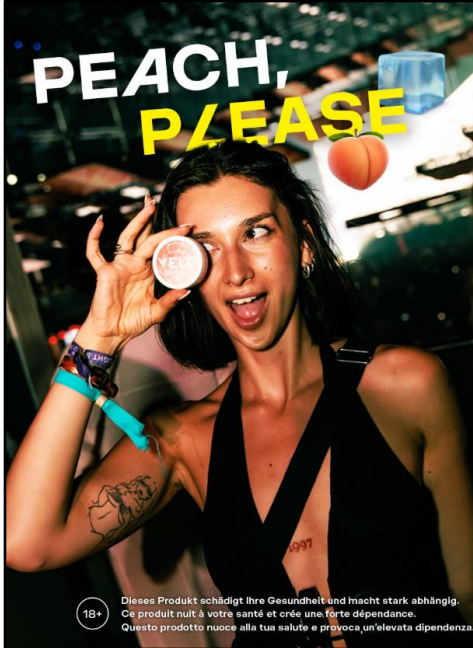
Est-ce de la
publicité ?
Oui ou non ?



9 445

La porteuse du message publicitaire est assise sur un bateau ou un ponton et consomme une cigarette électronique. Elle la brandit triomphalement en l'air.

- Évoque le plaisir, les loisirs, les vacances
- Se présente comme une personne sportive et joyeuse
- Le produit est pratique et discret
- **Groupe cible** : les jeunes qui aiment voyager et s'amuser.



Est-ce de la
publicité ?
Oui ou non ?

Cette publicité montre une jeune femme dans une ambiance festive.

- Le message véhiculé par le support publicitaire est le suivant :
- le plaisir (elle rit), la fête (bracelets de festival), l'indépendance et l'émancipation (voir le tatouage sur l'avant-bras droit).
- Le goût est activement mis en avant (Peach Please).
- **Groupe cible** : les adolescentes qui s'intéressent aux thèmes de la fête, de l'émancipation et de l'autodétermination.



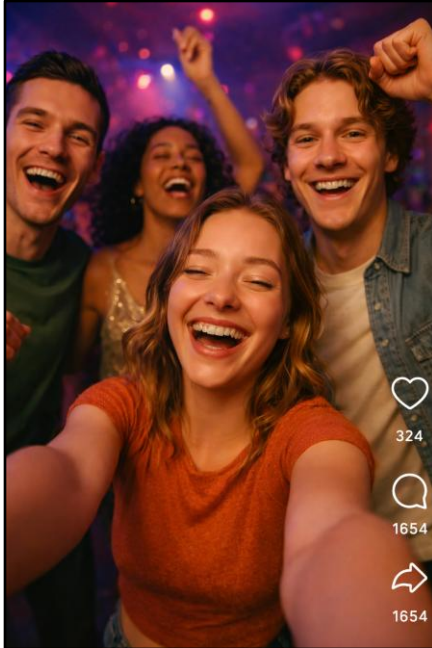
Est-ce de la
publicité ?
Oui ou non ?



Aimé par ismet_shkodra et d'autres personnes
suhoti Festival mode: fully activated. Vibes high,
memories wild, and nothing but good times with my
[@velo.switzerland](#) family at [@highpeakfestival](#) <3

Cette contribution montre des jeunes dans un contexte festif.

- Les supports publicitaires véhiculent les messages suivants :
- plaisir, fête, amitié
- **Groupe cible** : les jeunes qui découvrent la vie festive



Est-ce de la
publicité ?
Oui ou non ?

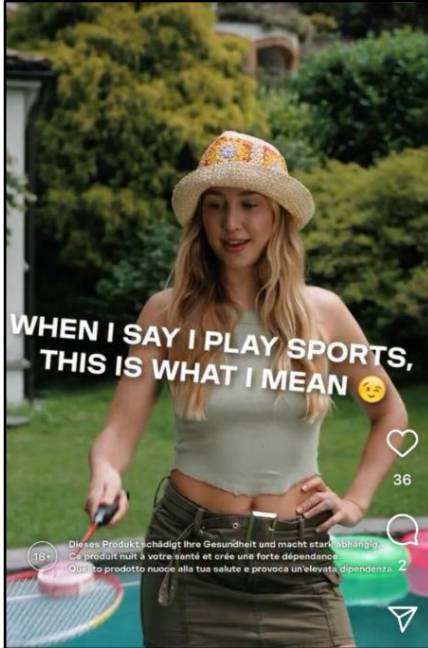
Image générée par IA :
Sans publicité



Est-ce de la
publicité ?
Oui ou non ?

Le support publicitaire qui consomme des cigarettes électroniques :

- Transmet le plaisir, la convivialité, l'esprit communautaire
- Fait appel à la masculinité stéréotypée
- Se présente comme une personne sportive, en bonne santé, forte et pleine de joie de vivre
- **Groupe cible** : jeunes hommes intéressés par le sport, la masculinité et les festivals/fêtes



Est-ce de la
publicité ?
Oui ou non ?

Une jeune femme / adolescente joue au badminton avec un produit nicotinique

- Utilisation de l'humour pour ridiculiser le sport
- Sans faire de sport et en consommant des produits nicotiniques, l'égérie correspond aux idéaux de beauté stéréotypés de notre société
- **Groupe cible** : les adolescents qui ne sont pas passionnés de sport.

S'agit-il de publicité – oui ou non ?

Ton évaluation

Tu as vu 9 images au total.

→ Combien de fois as-tu trouvé la bonne réponse ?

Question ?

→ Est-il difficile de reconnaître la publicité ?

→ Pourquoi ?

Évaluation

Évaluation : bonne – plus de la moitié ?

Réponses possibles à la question :

- Les produits sont placés « au hasard », ils ne sont pas nécessairement au centre de l'attention.
- Les images visent à transmettre une bonne humeur et des sentiments positifs, pas nécessairement à promouvoir l'utilisation des produits nicotiniques (mais ces produits sont alors automatiquement associés à un sentiment positif, car on les voit sans cesse dans ce contexte).
- Des images très variées permettent de toucher différents groupes cibles, chacun pouvant s'identifier à l'un ou l'autre des posts. Mais officiellement, il n'est jamais question des produits nicotiniques, mais plutôt des occasions illustrées et du style de vie véhiculé.

La manipulation de l'industrie du tabac

**L'industrie du tabac et de la nicotine
a besoin de nouveaux
consommateurs !**



Ce qu'en dit l'industrie du tabac :

« Si les jeunes adultes se détournent du tabac, l'industrie est condamnée à disparaître, tout comme une population qui n'a plus d'enfants finira par décliner. »

Pour garantir leurs profits, les fabricants ciblent les jeunes car :

- La plupart des fumeurs ont commencé à fumer avant l'âge de 18 ans.
- Ceux qui commencent à fumer à l'adolescence deviennent souvent des « clients à vie ».

La manipulation de l'industrie du tabac

Sur Internet, et en particulier sur les réseaux sociaux, l'industrie utilise deux formes de communication :

- **des campagnes publicitaires directes** pour ses propres produits.
- **des publications d'influenceurs** au contenu très varié, difficiles à identifier comme de la publicité.



Une étude a montré que les non-fumeurs exposés à la publicité pour le tabac sur les réseaux sociaux ont deux fois plus de risques de commencer à fumer que ceux qui ne sont pas exposés à ce type de publicité.

La loi interdit la publicité pour le tabac dans les lieux publics ou dès lors que des mineurs peuvent la voir. L'industrie du tabac cherche donc **d'autres moyens, comme par exemple les influenceurs et les influenceuses**, qui sont rémunéré-e-s pour faire de la publicité.

Manipulation ?! Vérifie par toi-même !

- 1 À quelle fréquence penses-tu reconnaître la publicité ? (Toujours, souvent, parfois)
- 2 Où as-tu déjà vu de la publicité pour des produits nicotiniques sur les réseaux sociaux ?
- 3 Penses-tu que tu seras désormais capable de reconnaître davantage les publicités « cachées » ? Comment ?

Les algorithmes veillent à ce que tes flux d'actualités affichent uniquement les publications qui correspondent à tes centres d'intérêt.

Important : se concentrer également sur les produits nicotiniques « accessoires », et pas seulement sur les contenus évidents, et réagir en conséquence - mais comment ? (Référence à la diapositive suivante)

Manipulation ! Des idées pour le quotidien

Que pourrais-tu faire contre les agissements de l'industrie du tabac ?

Comment peux-tu te protéger contre la manipulation de l'industrie du tabac et d'autres publicités indésirables ?

Note tes idées sur un post-it !

Marge de manœuvre pour les jeunes :

- Utiliser les paramètres des réseaux sociaux
- Désactiver totalement ou partiellement la publicité personnalisée
- Contrôler les algorithmes / gérer les contenus :
 - **Réduire les interactions :**
si les publications sur le tabac ou les vidéos prétendument « cool » sur le tabagisme ne sont pas aimées ou partagées, les algorithmes les affichent moins souvent.
 - **Marquer « Pas intéressé » :**
Sur des plateformes telles que TikTok, Instagram ou YouTube, vous pouvez marquer des contenus comme « Je ne suis pas intéressé » afin de voir moins souvent des contenus similaires.
 - **Bloquer des mots-clés et des hashtags spécifiques :**
Certaines plateformes permettent de filtrer les mots/hashtags associés au tabac.
- Renforcer sa propre compétence médiatique
- La communication entre pairs peut relativiser la publicité et aiguïser la perception.

- Lorsque les jeunes partagent des contenus positifs et factuels, cela peut modifier la perception des normes dans leur environnement.
- Sources :
- Cavazos-Rehg, P. A., Li, X., Kasson, E., Kaiser, N., Borodovsky, J. T., Grucza, R., Chen, L.-S., & Bierut, L. J. (2021). Exploring how social media exposure and interactions are associated with ENDS and tobacco use in adolescents from the PATH study. *Nicotine & Tobacco Research*, 23(3), 487–494.
<https://doi.org/10.1093/ntr/ntaa113>
- <https://www.socialmediaakademie.de/blog/social-media-werbung/>

**SI VOUS NE PAYEZ
PAS POUR LE
PRODUIT, VOUS
ÊTES
PROBABLEMENT
VOUS-MÊME LE
PRODUIT...**



Message à retenir : «si c'est gratuit, c'est toi le produit !»