

**Zeitschrift:** Domaine public  
**Herausgeber:** Domaine public  
**Band:** - (1978)  
**Heft:** 460

**Artikel:** Annexe de la page 1 : les marchands de tabac et l'art de faire vibrer la corde nationaliste  
**Autor:** [s.n.]  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-1027215>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 30.01.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

## Les marchands de tabac et l'art de faire vibrer la corde nationaliste

C'est donc selon toute probabilité, sans l'appui des autorités fédérales, que les Bons Templiers iront devant le peuple avec leur initiative visant à l'inscription dans la Constitution d'une disposition interdisant totalement la publicité pour l'alcool et le tabac (des exceptions pouvant être consenties à des publications étrangères à très faible diffusion dans notre pays): le verdict des conseillers nationaux, l'autre jour ne manquait pas de netteté, 84 voix "contre" et 46 "pour" (voir aussi en page 1).

Le débat — mis à part des interventions socialistes très fermes et des prises de position aiguës de la part des conseillères mettant l'accent sur le gaspillage publicitaire et sur le coût social du tabagisme et de l'alcoolisme — le débat donc devant la Chambre du peuple laisse quant à lui un goût d'inachevé. Oh bien sûr, personne ne s'est levé pour nier à la tribune l'urgence de mesures énergétiques contre les "fléaux" en question! Au contraire... Mais il fallait attaquer par d'autres biais, la révision de la loi sur l'alcool, par exemple, ou celle sur la prévention des toxicomanies, ou celle de l'ordonnance sur le commerce des denrées alimentaires... Et d'ailleurs que sait-on au juste des effets exacts de la publicité... Bref, d'accord pour sévir, mais une autre fois et autrement! L'ambiguïté de certaines interventions laisse entrevoir en fait l'importance énorme des intérêts en jeu; elle traduit également un sentiment d'impuissance devant le déferlement des initiatives, publicitaires et autres, prises par les marchands de tabac.

Il est vrai qu'en Suisse, nous en sommes aux balbutiements d'une prise de conscience; d'autres pays se sont lancés de longue date dans la lutte et une petite revue de la situation mondiale sur ce front est révélatrice des rapports

de force économiques et sociaux dans ce secteur. (1)

Voyez aux *Etats-Unis*, qui font figure ici de pionniers! Où en est-on? Aujourd'hui, le secrétaire d'Etat à la santé, à l'éducation et à la sécurité sociale cherche à obtenir du Congrès neuf millions de dollars supplémentaires pour intensifier la campagne gouvernementale contre le tabac (budget actuel, une vingtaine de millions de dollars); les deux tiers de cette "rallonge" seraient consacrés à la mise au point de matériels éducatifs destinés en premier lieu aux quelque quatre mille jeunes Américains qui commencent chaque jour à fumer. L'argument-choc du secrétaire d'Etat: en 1975, le pays a dépensé cinq à sept milliards de dollars pour soigner des maladies ayant un rapport avec le tabac, tandis que dix-huit milliards de dollars étaient perdus sous forme d'absentéisme causé par de telles maladies!

La réponse de l'industrie du tabac, en substance: d'accord pour la rallonge, mais consacrons-la à la recherche (accoutumance au tabac, motivations et comportements des fumeurs) plutôt qu'à ces mesures directes, tant il est vrai que les rapports médicaux sont contestables... Il est certain que les industriels trouveront des soutiens massifs dans de larges milieux: s'ils dépensent chaque année environ cinq cent millions de dollars en publicité pour les cigarettes (et quinze millions pour la promotion des ventes), on calcule que le tabac représente annuellement un milliard et demi de dollars d'exportations pour les Etats-Unis, six milliards de "rentrées" fiscales, et un revenu d'un peu moins de deux milliards et demi au total pour les quelques six cent mille cultivateurs familiaux américains, sudistes pour la plupart. On admet malgré tout que les nouvelles mesures antitabac prises aux Etats-Unis auront au moins pour effet de diminuer la teneur moyenne en nicotine et goudrons des cigarettes. Déjà, à l'heure actuelle, une proportion croissante de la publicité (environ 60 pour cent) est consacrée aux cigarettes à faible teneur en goudron (elles ont le vent en poupe: augmen-

tation des ventes de près de 50 pour cent l'an passé), marché sur lequel règne Marlboro de Philip Morris (bénéfice net en hausse de 26,2 pour cent au cours des neuf premiers mois de 1977 par rapport à la même période en 1976) et Winston de Reynolds (respectivement 16,4 pour cent et 14,6 pour cent des ventes).

Conflit exemplaire également au *Royaume-Uni* où, de 1976 à 1977, la consommation de cigarettes a baissé d'environ cinq milliards d'unités. C'est en effet le secrétaire général de la Fédération des travailleurs des tabacs qui mène l'offensive contre le gouvernement, accusé de prévoir de nouvelles mesures anti-tabac, "hypocrites et paternalistes", sans avoir consulté le syndicat, "traité avec la même désinvolture que les fumeurs".

Dans un article retentissant paru dans l'hebdomadaire socialiste "Tribune", l'auteur relève que les trente mille employés de l'industrie du tabac en Grande-Bretagne sont menacés directement dans ces circonstances.

L'argumentation du syndicaliste: le groupe de pression anti-tabac est accusé de vouloir supprimer complètement l'usage du tabac; mieux vaudrait développer une cigarette moins nocive, faire de la publicité pour les marques faibles en nicotine, instaurer un impôt sur le tabac de caractère prohibitif qui toucherait le plus durement les retraités et aussi la classe ouvrière(!).

Et cette alerte à la défense de la liberté individuelle: "le gouvernement doit traiter ceux qui continuent à fumer comme des adultes et non comme de vilains petits enfants, inaptes et incapables de décider pour eux-mêmes". Et pour finir, cette perche tendue aux marchands de tabac: le tabac procure du plaisir aux fumeurs et constitue de plus un moyen inestimable de réduire la tension et le stress; si on supprimait le tabac, les gens s'adonneraient en bien plus grand nombre aux tranquillisants; et le gouvernement devrait utiliser une partie des revenus qu'il tire des fumeurs pour faire de la recherche médicale car "on n'a toujours pas défini ce qui, dans le tabac, est nui-

sible à la santé d'une minorité de fumeurs"... En Suède également, quatre fédérations représentant les travailleurs du tabac ont protesté dernièrement contre une proposition visant à interdire toute publicité pour le tabac; les syndicats en question mettent l'accent sur le fait qu'ils ne sauraient accepter une loi qui ne pénaliserait que la production nationale, une régie d'Etat, et qui "nuirait aux possibilités de mise au point, par cette régie, de produits de rechange". A l'appui de leur démonstration, ils citent une étude sur les résultats de campagnes similaires en Italie (publicité interrompue en 1962) et en Norvège (interruption en 1975) où, alors que la consommation totale n'a pas sensiblement baissé, on constate surtout que les marques étrangères ont profité de l'occasion pour s'imposer aux cigarettes "nationales".

En France également, le développement d'une campagne officielle contre l'abus du tabac (dès le mois de juillet, tous les paquets de cigares et de cigarettes devront mentionner le fait qu'il est dangereux de trop fumer) a suscité un conflit entre le Ministère de la santé et la régie nationale des tabac, la Seita (Service

d'exploitation industrielle du tabac et des allumettes) qui exploite dix-neuf fabriques employant en tout onze mille personnes, et dont le chiffre d'affaires annuel est de près de deux milliards et demi de dollars assurant environ deux pour cent et demi des revenus de l'Etat.

En guise de conclusion, et pour mémoire, les "grands" du tabac en Suisse (recensés par le "Handelszeitung"): Burrus, 680 employés, chiffre d'affaires 1977, 302 millions (baisse de quatre millions par rapport à l'année précédente); Rinsoz et Ormond, 621 employés, chiffre d'affaires 1977, 162 millions (en augmentation de deux millions par rapport à 1976); le groupe Villiger, le plus gros employeur avec 1273 salariés, passe d'un chiffre d'affaires de 111 millions en 1976 à 140 millions l'année passée; suivent BAT Suisse (429 employés) et Reynolds (160 employés) dont les résultats pour 1977 ne sont pas connus (ne publient aucun chiffre: Burger Söhne, Fabbrica Tabacchi et E. Weber & Cie).

1) Voir le bulletin (4-5/1978) de l'union internationale des travailleurs de l'alimentation et des branches connexes.

## RECU ET LU

### La presse suisse campe sur ses positions

"L'analyse-médias", publiée chaque année sous l'égide de Ringier et qui fait le point, principalement à l'intention des annonceurs, des "probabilités de contacts" offertes par une publicité insérée dans l'une ou l'autre des principales publications (périodiques et quotidiens) de notre pays, vient de paraître. Sans entrer dans les détails, une première conclusion: à travers les régions, l'équilibre des forces semble acquis en matière de presse; d'une année à l'autre, les quotidiens et les périodiques (mis à part quelques variations à la baisse en Suisse

romande de "Bouquet", "Radio TV/Je vois tout" ou "Trente jours" par exemple) campent sur leurs positions dans un ordre toujours le même, dominé par "24 Heures", naturellement.

— Dans le magazine hebdomadaire du "Tages Anzeiger", un article remarquablement précis et documenté sur le "petit crédit" (le thème général: petit crédit, grand danger!).

— Le mensuel "d'action non-violente, d'écologie et de contre-information", "Le Rebrousse-poil", dont nous avons parlé dans ces colonnes, poursuit la mise au point de sa formule de successeur du "Résistant à la guerre" et de "Combat non-violent"; au sommaire de ce numéro de juillet/août, à relever notamment la suite

d'une étude sur l'autogestion, un nouveau volet d'une enquête sur les "communautés". Dans un supplément grand format, "Le Rebrousse-poil" donne, sous le signe de la bande dessinée, la parole à huit dessinateurs ("habituellement limités par le peu de place que laisse la fabrication de journaux de contre-information, les dessinateurs regroupés là, souligne la rédaction du "Rebrousse-poil", disposent d'un espace afin d'exprimer, sans contraintes, leurs phantasmes favoris, leurs obsessions présentes ou leurs désirs débridés"), soit Ceppi, Habegger, Duplan, Leiter, Holleufer, Schmidt, Roberto et Petit-Roulet (adresse utile: 56 av. Béthusy, 1012 Lausanne, contre fr. 3.60 en timbres).

### "COOPERATION" ET LES PARAS

— Avec une certaine stupeur, les lecteurs de "Coopération" auront découvert, dans l'édition datée du 22 juin de cet hebdomadaire au glorieux passé, une pleine page illustrée consacrée aux "légionnaires en Afrique". Les paras au repos, les paras se rasant, etc., etc... Le style africain du président de la République française, par ailleurs muet sur les antécédents de tortionnaire du colonel responsable de l'opération (dans d'autres journaux illustrés on aura cependant noté la cordiale poignée de mains du colonel et du président à l'occasion de la visite de ce dernier en Corse, tout récemment), aurait-il fait des adeptes jusqu'à Bâle? Pas du tout, répond le "chef de la presse" coopérative Ugo Frey: "(...) Il n'était nullement dans notre intention de faire l'apologie de la présence française en Afrique; on supposait que le lecteur averti n'aurait pas manqué de ressentir quelques doutes quant à la signification de certaines interventions; la critique sous-entendue dans le texte lui en donnait tout de même l'occasion, et les photos aussi (crânes rasés, armes...)". Dont acte! "Coopération" critique Giscard au deuxième degré (un peu lourd pour une page entière, mais enfin!). Il restera que pour la majorité des lecteurs, les crânes rasés des paras, c'est plutôt du troisième degré.