



La clope la moins chère de Suisse fait fulminer

Les paquets 5.65 et Bay attirent les jeunes dans l'engrenage du **tabac**. Des voix s'élèvent pour que le distributeur cesse de les commercialiser.



Paquets
À la Coop, 20 cigarettes au prix de 5 fr. 65 ou de 6 fr. 95. Pour comparaison, la marque la plus vendue en Suisse coûte 9 francs. ODILE MEYLAN

Marie Maurisse

En ces temps d'inflation, le passage en caisse est toujours douloureux. Mais à la Coop, les **fumeurs** peuvent au moins s'en tirer à bon compte. Y trônent les cigarettes les moins chères de Suisse, sobrement nommées 5.65, comme leur prix en francs. Le paquet noir et jaune fait de l'œil aux petites bourses, en particulier les jeunes. Idem avec une boîte de **tabac** à rouler de 120 g (240 cigarettes) à 17,95 francs.

L'emballage coloré de la marque Bay attire aussi le regard. Rouge, jaune ou bleu n'ont pas le

même taux de nicotine. Tandis que les Double Clic comportent un filtre avec deux capsules de saveur: en cliquant sur le point rouge, le goût des baies, et sur le point bleu, le goût du menthol. Elles aussi sont plutôt économiques: 6,95 francs, alors que le prix des cigarettes les plus vendues en Suisse est de 9 francs, selon les statistiques 2022 de l'Office fédéral des douanes.

Fabriquées aux Pays-Bas

Ces derniers temps, ces marques font leur publicité sur internet, cherchant à se rendre plus visibles.

Mais rien sur le paquet ne dit qui les fabrique. On peut soupçonner British American Tobacco (BAT), qui possède encore un siège social et des entrepôts à Boncourt, dans le Jura. Ou peut-être le leader mondial Philip Morris (PMI), installé à Lausanne et Neuchâtel? Aucun des deux: c'est Coop qui les distribue, même si son nom n'est jamais affiché sur les emballages. Ceux-ci indiquent en revanche que les cigarettes ont été fabriquées aux Pays-Bas. Dans quelle usine? «Nous ne donnons en principe pas d'infor-



mations à ce sujet», répond son porte-parole Caspar Frey.

Le géant produit ses propres cigarettes depuis 2003 - à l'époque, elles s'appelaient 5.50 et ont légèrement augmenté en 2013. La marque Bay, elle, a été lancée en 2018. Dans le rapport annuel, cependant, aucune mention. Et Coop ne communique pas non plus ses chiffres de ventes. En 2022, ses trois concurrents réunis au sein de Swiss Cigarette (PMI, BAT et Japan Tobacco International) ont, eux, écoulé près de 8,6 milliards de cigarettes en Suisse.

Même si les paquets de Coop ne séduisent pas la majorité des fumeurs, ils sont populaires auprès des plus modestes, dont les jeunes. Et c'est précisément cela qui inquiète désormais les milieux anti-tabac. L'Association suisse pour la prévention du tabagisme (AT) a tiré la sonnette d'alarme l'année dernière, dans un rapport peu relayé. «La stratégie de Coop est ici d'occuper le marché avec des produits d'appel qui se positionnent tout en bas de la gamme des prix, écrit l'association. Les profits sont sans doute minimes, mais les clients qui reviennent vont acheter des produits plus chers dès qu'ils ont un peu plus d'argent dans la poche.»

Ces spécialistes dénoncent aussi les actions proposées régulièrement par Coop au rayon tabac. «À chaque passage nous avons remarqué au minimum une marque avec son autocollant orange 50%. Nous pensons donc que derrière cette pratique [...] se trouve une

véritable stratégie de marketing.»

Augmenter les taxes

Cheffe du département Prévention, formation continue et recherche à la Ligue pulmonaire suisse, Claudia Künzli souligne le danger que représentent des cigarettes aussi bon marché. «La mesure de prévention la plus efficace, c'est d'augmenter les prix du tabac, comme nous l'avons écrit dans un rapport récent. Nous sommes contre le dumping.» Luc Lebon, responsable du Secteur prévention du tabagisme à Unisanté, renchérit: «Si la Suisse taxait le tabac à au moins 75%, comme recommandé par l'Organisation mondiale de la santé, cela rapporterait 400 millions de francs supplémentaires par année.»

Selon la conseillère nationale Verte Léonore Porchet (*lire interview*), le meilleur moyen d'augmenter les prix est de faire grimper les taxes sur le tabac. À ce stade, aucun projet n'est en cours au parlement. Mais un postulat déposé en mai dernier par le conseiller national vaudois Olivier Feller (PLR) vise à obtenir davantage de chiffres de l'industrie, afin d'évaluer si l'imposition est suffisante.

Si les ventes de cigarettes par fabricant ne sont pas connues en Suisse, le nombre de victimes l'est. Le tabac tue 9500 personnes chaque année, soit 26 décès par jour. Pour Laurence Fehlmann Rielle, présidente de l'Association suisse pour la prévention du tabagisme et députée socialiste, «ce n'est pas parce que Coop est une

entreprise qu'elle ne devrait pas se comporter de manière éthique». Sur son site, la coopérative met en avant ses engagements: «Le groupe Coop accorde une grande importance au développement durable dans ses dimensions sociale, écologique et économique», est-il écrit.

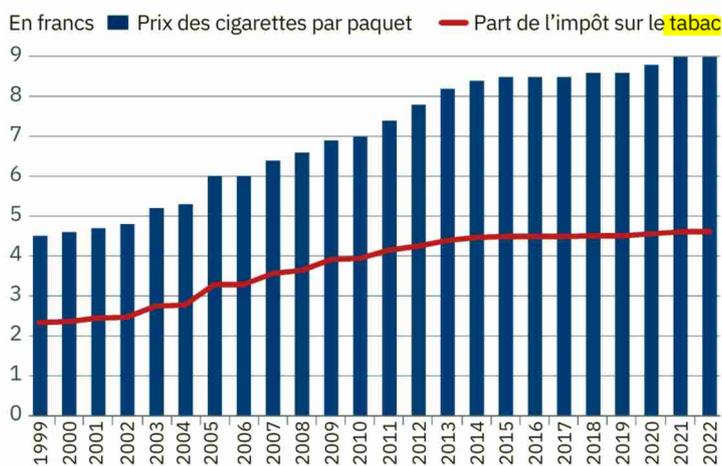
Débat politique

En coulisses, pourtant, la société se bat actuellement sur le plan politique afin de maintenir une partie de la publicité pour les produits du tabac, alors que l'initiative «Enfants sans tabac», adoptée en février 2022, souhaitait la réduire. Au Conseil des États, la Commission de la santé a pris note de son avis, puisqu'elle a estimé ces derniers jours que dans certains cas, cette publicité avait lieu d'être. Après les élections fédérales, le texte passera au Conseil national. «Le peuple a largement voté une restriction d'accès au tabac, en particulier pour les jeunes, rappelle la Genevoise Laurence Fehlmann Rielle. Si le parlement n'applique pas sérieusement cette initiative, ce serait un déni de démocratie.»

Le groupe Coop indique ne vendre, en principe, «des cigarettes qu'aux adultes», et rappelle qu'il restreint déjà volontairement la publicité pour le tabac dans ses propres magasins. Pour autant, il assume parfaitement vendre ses propres cigarettes. «En tant que fournisseur de gamme complète, écrit le porte-parole Caspar Frey, nous nous orientons vers les besoins de tous nos clients et leur offrons la liberté de choix.»



Les prix des paquets de cigarettes en Suisse



Graphique: I. Caudullo. Source: Office fédéral de la douane et de la sécurité des frontières (OFDF)

«Coop fait son beurre sur l'addiction au tabac»

● Léonore Porchet est membre de la Commission de la sécurité sociale et de la santé publique du Conseil national. À ce titre, la Verte vaudoise est particulièrement concernée par les problématiques liées à la vente de tabac en Suisse. Elle réagit à la commercialisation de cigarettes bon marché par Coop.

Saviez-vous qu'il existait des cigarettes de la marque Coop?

Je l'ai appris quand nous avons parlé en commission des paquets qui s'appelaient 5.50, avant de passer à 5.65. Non seulement ce sont les moins chères du pays, mais en plus Coop l'assume comme tel, en faisant de la publicité simplement avec leur prix. Or, on sait bien que des prix bas attirent les jeunes consommateurs, qui deviendront ensuite des clients dépendants à la nicotine. On peut



La conseillère nationale Léonore Porchet (Les Verts/VD). FLORIAN CELLA

dire que Coop fait son beurre sur l'addiction au tabac et ses ravages.

Les associations antitabac ne comprennent pas le choix du grand distributeur d'aller sur ce marché, alors que ses marges ne peuvent pas être importantes sur un produit si peu cher...

Rien n'est moins sûr! Je vous rappelle que la Suisse a les taxes sur le tabac parmi les moins élevées

d'Europe. Donc les marges sont hautes pour les cigarettiers. L'industrie du tabac suisse génère chaque année près de 7 milliards de francs de chiffre d'affaires. Vendre des cigarettes chez nous, cela rapporte gros, et j'imagine que c'est la raison pour laquelle Coop le fait.

Coop est une entreprise privée. L'État n'a donc aucun moyen d'influer sur sa politique de prix?

Coop est l'un des plus gros employeurs du pays et a une activité importante de lobby au parlement fédéral. Elle a par exemple invité les députés à un dîner pour évoquer sa position au sujet de l'initiative contre l'élevage intensif. Elle milite aussi pour une mise en œuvre «light» de l'initiative «Enfants sans tabac», qui a pourtant été votée par le peuple. Or, pour réduire la consommation de tabac



24 Heures
1001 Lausanne
021/ 349 44 44
<https://www.24heures.ch/>

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 41'088
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich



Seite: 3
Fläche: 116'626 mm²



Auftrag: 532008
Themen-Nr.: 532.008

Referenz: 89144128
Ausschnitt Seite: 4/4

et donc le nombre de maladies liées à cette consommation, il faut œuvrer sur la publicité et changer la loi sur l'imposition du **tabac** en augmentant les taxes. Lors de sa récente modification en juin, les parlementaires n'ont pas touché à l'imposition du **tabac** à **fumer**. Mais on reviendra à la charge, parce qu'il faut dissuader les jeunes de commencer à **fumer**. La quasi-totalité commence avant 20 ans. **MMA**