



Tirage: 63'837 ex.
 Diffusion: 183'000 lect.
 Parution: 6 x par sem.
 Zone: 81'507 mm²
 Valeur: 8'300 CHF

Auteur: François Barras
 24 heures
 1001 Lausanne
 tel. 021 349 44 44
 www.24heures.ch

Seule parmi ses pairs, la Cité décide d'arrêter la clope

Le rendez-vous populaire lausannois annonce la fin de sa collaboration avec l'industrie du tabac et son nouveau partenariat avec... la ligue pulmonaire vaudoise! Une première

L'essentiel

- **Choix** Dès sa 44e édition, du 7 au 12 juillet, le **Festival de la Cité** tourne le dos aux cigarettiers
- **Inédit** Une décision rare dans un milieu culturel lié à la manne de l'industrie du tabac
- **Concurrents** Au Paléo, au Cully Jazz, au Pully for Noise ou chez les Valaisans du Caprices, on a besoin de ce sponsoring

Ecraser sa dernière clope n'est facile pour personne. Il a fallu quatre ans au **Festival de la Cité** pour mûrir sa décision et passer à l'acte: dès sa 44e édition, du 7 au 12 juillet prochain, le rendez-vous populaire et gratuit de la ville de **Lausanne** se déroulera sans son cigarettier traditionnel. Le **festival** a en effet décidé de se passer de toute forme de partenariat avec Philip Morris, qui a couvert dans les années récentes jusqu'à 2% d'un budget de 2,1 millions de francs - soit, par déduction, une somme de 40 000 francs en cash, plus le support promotionnel et infrastructurel. Mieux: la Cité remplace le buraliste par le médecin! Elle inaugure une collaboration avec la Ligue pulmonaire vaudoise, qui œuvre dans le soutien aux personnes souffrant d'insuffisance respiratoire et combat, en amont, les campagnes de promotion des produits du tabac.

«La décision de la Cité est courageuse», salue Grégoire Vittoz. «L'industrie du tabac représente une manne économique de premier plan pour des événements culturels en perpétuelle recherche de subsides.» Selon le responsable prévention de la Ligue pulmonaire, «les

cigarettes sont présentes dans tous les festivals de musiques actuelles» et dissimulent une stratégie d'incitation à fumer auprès d'un public jeune très ciblé, sous couvert de représenter leurs marques. Sans porter d'accusation aussi précise, Michael Kinzer, directeur de la Cité depuis 2008 (qui a annoncé son départ après l'édition à venir), convient que les négociations avec le partenaire tabac historique du **festival** ont rendu explicites son envie de ne plus jouer ce jeu-là. «Depuis plusieurs années, je considérais que le caractère intergénérationnel de la Cité devait logiquement imposer de se passer des cigarettiers. Ce n'est pas un acte militant, juste une réflexion de bon sens.»

Assumant sa décision de manière unilatérale et sans soutien supplémentaire de la Ville, le **festival** compensera la perte financière par une réduction de ses dépenses et une participation pécuniaire de la Ligue pulmonaire vaudoise.

La Suisse peu engagée

Pour cette dernière, la prise de position de la Cité pourrait avoir valeur d'exemple alors que s'engage au parlement la révision de la loi sur les produits du tabac (LPTab). La ligue pulmonaire réclame notamment une interdiction du sponsoring des manifestations culturelles. «DJ, cadeaux, voyages, objets personnalisés... Sur les plates-formes proposées dans les festivals, tout est bon pour attirer les jeunes vers ce produit qui les tuera dans un cas sur deux», prévient un communiqué.

Pour l'heure, la Suisse demeure très peu engagée dans la lutte contre la nico-

tine: un rapport de ligues anticancéreuses la classe au 18e rang de 34 pays européens. «Et en matière de restriction de la publicité, nous sommes lanterne rouge», déplore Myriam Pasche, du Centre d'information pour la prévention du tabagisme (CIPRET). «La décision de la Cité est réjouissante. Cela dit, le débat se focalise trop souvent sur les partenaires de l'industrie du tabac, pris en otage par leur nécessité de financement, et jamais sur l'industrie du tabac elle-même. Elle est pourtant directement responsable d'une stratégie marketing visant à toucher massivement les jeunes. Les festivals sont à ce titre des manifestations privilégiées.»

Ainsi, au Paléo, le principal **festival** suisse, Philip Morris fournit un immense espace d'animations clés en main. «Si l'une de nos marques dispose d'une plate-forme sur le site d'un événement, cette dernière est accessible uniquement aux personnes majeures (+18 ans)», répond Julian Pidoux, porte-parole romand de la multinationale. Une ligne de défense qui fait ricaner Grégoire Vittoz. «La seule interdiction à laquelle l'industrie du tabac est favorable, c'est l'interdiction aux mineurs. Simplement parce qu'elle crée un effet attractif, un palier vers l'âge adulte. Toute sa stratégie vise les 15-20 ans.» Des accusations «infondées que nous rejetons fermement», rétorque Philip Morris SA. Qui précise n'être «partenaire d'un événement que lorsqu'il peut être raisonnablement établi que son public est composé d'au moins 75% d'adultes.»

Dans le cas de la Cité, **festival** pour tous publics et tous âges dont l'industrie du tabac fut partenaire durant des décennies, l'exemple est particulièrement mal choisi. Il ne peut que conforter les organisateurs dans leur satisfaction d'avoir écrasé leur dernière clope.

«Ce n'est pas un acte militant, juste une réflexion de bon sens»

Michael Kinzer Directeur de la Cité

François Barras



Auteur: François Barras
24 heures
1001 Lausanne
tel. 021 349 44 44
www.24heures.ch

Tirage: 63'837 ex.
Diffusion: 183'000 lect.
Parution: 6 x par sem.
Zone: 81'507 mm²
Valeur: 8'300 CHF



Populaire

La cour du gymnase se passera des stands des cigarettiers, selon le vœu de Michael Kinzer, ici avec Grégoire Vittoz (à d.), de la Ligue pulmonaire vaudoise.

CHRIS BLASER - ARCHIVES/ODILE MEYLAN



Auteur: François Barras
24 heures
1001 Lausanne
tel. 021 349 44 44
www.24heures.ch

Tirage: 63'837 ex.
Diffusion: 183'000 lect.
Parution: 6 x par sem.
Zone: 81'507 mm²
Valeur: 8'300 CHF

