



Le cigare deviendrait-t-il le symbole de la victoire chez les sportifs suisses ?

Rubrique : actualités - Date : dimanche 28 avril 2002

A deux reprises en l'espace de quelques jours (lors de la promotion de Servette HC en ligue A et lors de la victoire du FC Bâle au championnat de Suisse), la télévision suisse romande nous a montré les sportifs fêtant leur victoire en tirant béatement sur des cohibas de gros calibre. La caméra n'a pas manqué de s'attarder en gros plans sur ce détail. Ces images ne peuvent que renforcer dans l'esprit des jeunes l'idée que le cigare symbolise la réussite sportive.

La force d'une telle publicité qui ne dit pas son nom est immense, le petit écran ayant un pouvoir de suggestion et de conviction subliminale considérable. Il ne serait pas étonnant si l'on observe une augmentation du tabagisme du cigare chez les jeunes dans les mois à venir.

On peut se poser la question de savoir si cette pratique consistant à associer le cigare à la victoire est spontanée et innocente, ou si elle a été planifiée par les agences de relations publiques de l'industrie du tabac. Il serait intéressant de savoir qui a fourni les cigares et quelles sont les circonstances exactes qui ont abouti aux images qui ont été montrées à la télévision. Il est clair que lorsque vous avez une équipe qui a gagné un championnat, les images télévisées de la victoire sont un support médiatique très précieux. Il est fort à parier que rien n'a été laissé au hasard et que tout a été savamment orchestré pour la meilleure exploitation, la meilleure rentabilité de ces images, même à l'insu des sportifs eux-mêmes, qui auraient pu être abusés en la matière.

Il serait bon de tirer cela au clair.

Pascal Diethelm OxyGenève