



La CFANT demande l'interdiction totale de la publicité pour le tabac

La Commission fédérale pour les questions liées aux addictions et à la prévention des maladies non transmissibles (CFANT) suit les débats qui ont lieu au Parlement concernant le projet de loi sur les produits du tabac avec une grande préoccupation. Le projet actuel empêche de protéger efficacement la jeunesse et n'apporte aucune véritable amélioration en matière de prévention du tabagisme. Il ne permettra donc pas de réduire le nombre d'enfants et de jeunes qui, chaque année, commencent à consommer ces produits (cigarettes, shishas, etc.). La Suisse s'éloignera ainsi définitivement d'une politique moderne, ambitieuse et efficace en la matière. De même, la ratification de la Convention-cadre de l'OMS deviendra impossible, alors même qu'elle est un objectif déclaré du Conseil fédéral et du Parlement depuis vingt ans déjà.

La protection de la jeunesse est cruciale. C'est pourquoi la CFANT demande une loi sur les produits du tabac plus stricte et approuve l'initiative populaire « Oui à la protection des enfants et des jeunes contre la publicité pour le tabac ».

Les adolescents prennent exemple sur le monde des adultes. Interdire uniquement la publicité qui les cible directement n'est donc pas suffisant. Une interdiction générale est nécessaire. Sur 36 pays européens, la Suisse est celle qui laisse la plus grande latitude à l'industrie du tabac pour promouvoir ses produits. Or, il est impossible de faire diminuer la consommation de produits du tabac si la publicité, la promotion des ventes et le parrainage sont autorisés. De telles mesures publicitaires attirent en effet de nouveaux consommateurs, souvent très jeunes, et rendent le fait d'arrêter de fumer plus difficile. En outre, elles incitent les fumeurs à accroître leur consommation et démotivent ceux qui souhaitent arrêter, tout en poussant les anciens fumeurs à recommencer à fumer.

La responsabilité individuelle est importante, mais elle ne suffit pas

Qu'une personne commence ou continue à fumer ne relève pas uniquement d'une décision personnelle. L'environnement et les circonstances de vie jouent un rôle déterminant. La visibilité des produits du tabac et leur facilité d'accès font partie de ces facteurs. Les jeunes reçoivent en moyenne à 68 stimuli pro-tabac sur une journée de week-end combinant des activités usuelles et une sortie nocturne. Par ailleurs, ils sont plus réceptifs aux messages publicitaires que les personnes plus âgées et s'en souviennent davantage. Des mesures réglementaires et législatives doivent donc être prises de toute urgence pour limiter l'accès au tabac et sa visibilité (prévention structurelle). Informer, sensibiliser et soutenir individuellement les personnes (prévention comportementale) est également nécessaire, mais n'est pas suffisant en soi.

La santé doit primer sur les intérêts commerciaux

L'interdiction totale de la publicité pour le tabac parvient efficacement à en réduire la consommation, c'est un fait scientifiquement reconnu. Elle contribue en particulier à protéger les jeunes de la fumée. Cette mesure, ancrée dans la Convention-cadre de l'OMS FCTC (Framework Convention on Tobacco Control), n'est en rien contraire aux principes constitutionnels de notre pays ; elle ne contrevient pas non plus à la liberté économique et publicitaire.

L'industrie du tabac fait du profit, la société passe à la caisse

La vente de produits du tabac est extrêmement rentable pour l'économie privée et, dans une certaine mesure, pour les finances publiques via les taxes perçues sur le tabac. Cependant, la vente des produits du tabac et des produits alternatifs, ainsi que la publicité correspondante, sont synonymes de coûts élevés pour la société tout entière. Ainsi, la consommation de tabac entraîne des coûts médicaux directs

allant jusqu'à 3 milliards de francs par an. À cela s'ajoutent des coûts économiques considérables, avoisinant les 2 milliards de francs par an, dus à la baisse de productivité générée par les absences pour cause de maladie et les décès prématurés. En Suisse, une personne meurt toutes les heures des suites du tabagisme. Dans 65 % des cas, il s'agit de personnes ayant commencé à fumer avant l'âge de 20 ans.

Les jeunes sont privés de la possibilité de mener une vie saine

La situation actuelle en Suisse, où prévaut le laxisme concernant la publicité en faveur du tabac et la taxation de celui-ci, privatise les gains et fait porter les coûts à la société. À long terme, elle affaiblit la compétitivité économique de la Suisse. Par ailleurs, les groupes défavorisés, notamment les personnes au statut socio-économique peu élevé, sont surreprésentés parmi les fumeurs. La publicité pour le tabac ciblant principalement les jeunes et ces groupes de population, porte atteinte à l'égalité des chances s'agissant de mener une vie saine.

Une interdiction totale de la publicité en faveur du tabac est nécessaire

Les interdictions de la publicité pour les produits du tabac sont efficaces pour autant qu'elles englobent tout l'espace public (cinémas, affiches, médias, points de vente, Internet, parrainage, etc.). Les interdictions partielles, par contre, ne portent pas leurs fruits, car les montants qui ne sont plus investis dans un secteur donné sont reportés sur les secteurs où la publicité reste autorisée. Par conséquent, seule une politique restreignant la publicité de manière générale, systématique et globale est efficace. D'ailleurs, deux tiers de la population suisse est favorable à une interdiction générale de la publicité pour le tabac.

La CFANT :

- demande donc instamment l'interdiction totale de la publicité, de la promotion et du parrainage en faveur des produits du tabac. Cette interdiction doit viser aussi bien les produits du tabac usuels que les produits alternatifs (tabac à chauffer, cigarettes électroniques, tabac destinés à un usage oral), afin de protéger les non-fumeurs et, plus particulièrement, les jeunes entre eux ;
- demande que cette mesure soit inscrite dans la loi et rappelle à cet égard que deux tiers de la population suisse est favorable à une interdiction générale de la publicité pour le tabac ;
- approuve l'initiative populaire « Oui à la protection des enfants et des jeunes contre la publicité pour le tabac » et demande que la Suisse renforce significativement ses mesures structurelles de prévention du tabagisme.