



Communiqué de presse

Berne, le 8 décembre 2017

Loi sur les produits du tabac 2.0: protection ultra-légère de la jeunesse

Le Conseil fédéral a présenté aujourd'hui la version remaniée de l'avant-projet de la loi sur les produits du tabac. Des mesures efficaces pour la prévention du tabagisme y font défaut. L'Alliance pour une loi efficace sur les produits du tabac¹ présentera ses revendications durant la procédure de consultation qui s'ouvre maintenant.

Malheureusement, le Conseil fédéral a presque complètement renoncé dans l'avant-projet aux restrictions de la publicité, et une interdiction du parrainage est même complètement absente. La publicité peut pourtant être fatale, en particulier pour les jeunes: quand un jeune n'a pas commencé à fumer avant 21 ans, il est très vraisemblable qu'il ne fumera jamais. 57% des fumeurs ont commencé quand ils étaient mineurs. C'est notamment pourquoi le tabac est le principal facteur de risque pour les maladies chroniques non transmissibles: en Suisse, 9500 personnes meurent chaque année des conséquences du tabagisme, dont un quart avant l'âge de la retraite.

58% de la population est favorable à une interdiction générale de la publicité. Une interdiction du parrainage des manifestations culturelles et sportives par l'industrie du tabac recueille même le soutien de la majorité. Tels sont les résultats du Monitorage suisse des addictions de 2016.

L'avant-projet de la loi sur les produits du tabac présenté par le Conseil fédéral ne contient aucune mesure efficace pour réduire le tabagisme, si bien que des progrès dans la prévention du tabagisme ne pourront avoir lieu pendant des années. Cet avant-projet répond donc aux souhaits de l'industrie du tabac. L'Alliance pour une loi efficace sur les produits du tabac continuera à faire campagne pour une interdiction générale de la publicité et du parrainage et présentera ses revendications durant la procédure de consultation. Les principales sont les suivantes:

- Une interdiction sans faille de la publicité pour les produits du tabac englobant la presse papier et internet, y compris les réseaux sociaux, l'affichage, les cinémas et les points de vente.
- Pas de promotion des ventes à travers la remise gratuite de produits du tabac, par exemple par des hôtesses dans des clubs ou des offres de réduction du style 3 pour 2.
- Interdiction du parrainage d'événements publics ou privés par des entreprises du tabac. Les multinationales du tabac font de moins en moins de publicité dans le domaine public, en particulier par voie d'affiches, et renforcent à la place leurs activités publicitaires dans le domaine privé. Elles s'adressent alors en particulier aux jeunes.

¹ L'Alliance pour une loi efficace sur les produits du tabac a été créée à l'initiative de la Ligue suisse contre le cancer, de la Ligue pulmonaire Suisse, de la Fondation suisse de cardiologie, d'Addiction Suisse et de l'Association suisse pour la prévention du tabagisme. Elle est soutenue par plus de cent organisations.

Le Conseil fédéral prévoit certes un petit nombre de nouvelles mesures, mais celles-ci sont absolument insuffisantes:

- L'âge légal pour acheter du tabac est fixé de manière uniforme à 18 ans.
- Interdiction de la publicité pour le tabac dans les médias que les enfants peuvent se procurer facilement (journaux gratuits et pages internet librement accessibles). La publicité reste toutefois autorisée dans les médias payants et sur les pages internet dotées de barrières d'accès comme un enregistrement par exemple.
- Dans les kiosques, les produits du tabac ne doivent plus être placés directement à côté des friandises dans les rayons et doivent être situés à une hauteur d'au moins 1,20 m. Ils restent toutefois ainsi dans le champ de vision des enfants.

L'avant-projet reste à la traîne de la législation européenne sur plusieurs points:

- Les messages d'avertissement sont plus petits que dans l'UE.
- Les cigarettes électroniques sont moins réglementées que dans l'UE.
- Le snus est interdit dans l'UE, sauf en Suède.
- Le parrainage d'évènements internationaux est interdit dans toute l'UE.

La convention-cadre de la lutte anti-tabac de l'Organisation mondiale de la santé OMS prévoit également l'interdiction de la publicité pour le tabac et du parrainage du tabac (OMS CCLAT, article 13.4). La Suisse a signé cet accord le 25 juin 2004 et a, ce faisant, manifesté sa volonté de mettre en œuvre les objectifs de l'OMS en matière de prévention. Au Conseil national et au Conseil des Etats, le lobby du tabac s'oppose avec ténacité à des mesures efficaces facilement applicables et cette résistance porte ses fruits: le Parlement n'est pas intéressé à mettre en œuvre l'accord. Une ratification est a priori exclue avec cet avant-projet.

Pour toute question, veuillez vous adresser à:

Association suisse pour la prévention du tabagisme:

Thomas Beutler, collaborateur scientifique 031 599 10 20, info@at-schweiz.ch,
ou 079 709 04 60, 079 648 80 82

Ligue Suisse contre le cancer:

Flavia Nicolai, cheffe de la communication, 031 389 94 13, [flvia.nicolai@krebsliga.ch](mailto:flavia.nicolai@krebsliga.ch)

Ligue pulmonaire suisse:

Elena Strozzi, cheffe du département Politique et prévention, 079 555 33 79, e.strozzi@lung.ch

Addiction Suisse:

Corine Kibora, porte-parole, 079 730 60 75, ckibora@addictionsuisse.ch