

07.08.2014 – 15:03 Uhr

## La Suisse est trop laxiste en matière de publicité pour le tabac (IMAGE)



Lausanne (ots) -

La Suisse est à la traîne dans la lutte antitabac: en matière de restrictions publicitaires, elle se situe loin derrière la plupart des pays européens. Le projet de loi sur les produits du tabac actuellement en consultation laisse lui aussi encore trop de possibilités aux cigaretteurs pour encourager la consommation.

Le tabac n'est pas un produit ordinaire: après l'héroïne, c'est la substance qui engendre le plus rapidement une dépendance. Chaque année en Suisse, le tabagisme est à l'origine de 9000 décès et entraîne des coûts sociaux et économiques qui s'élèvent à dix milliards de francs. Il est par conséquent dans l'intérêt de notre pays d'interdire la publicité et les opérations promotionnelles en faveur d'un tel produit.

Aujourd'hui, nul ne conteste plus l'impact de la publicité et son influence sur les jeunes en particulier. 48% des fumeuses et des fumeurs actuels ont commencé à fumer alors qu'ils étaient mineurs. Interdire la publicité qui cible spécialement les jeunes ne suffit pas, car ceux-ci regardent les images destinées aux adultes. Addiction Suisse réclame de ce fait une interdiction générale de la publicité pour les produits du tabac.

La nouvelle loi fédérale sur les produits du tabac offre une chance historique d'interdire la publicité et le parrainage. Addiction Suisse déplore que le projet de loi laisse de grosses brèches ouvertes et donne ainsi à l'industrie du tabac encore trop de possibilités pour faire de la publicité à ses produits. Les dispositions prévues permettent un transfert du budget publicitaire vers d'autres cibles; elles autorisent en effet toujours le parrainage de festivals de musique ou de manifestations sportives à caractère national, de même que la publicité dans les points de vente.

En matière de restrictions publicitaires, la Suisse est parmi les lanternes rouges européennes(1). Avec Andorre et le Liechtenstein, c'est le seul pays du continent qui n'ait pas ratifié la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac. Cette convention - la référence en matière de prévention du tabagisme - préconise une interdiction de toute forme de publicité et de parrainage pour les produits du tabac. La plupart des pays européens restreignent aujourd'hui le parrainage d'événements culturels par l'industrie du tabac et quelques Etats ont totalement pros crit la publicité dans les points de vente. Le retard important de notre pays dans ce domaine est vraisemblablement lié à l'influence des multinationales du tabac qui ont leur siège en Suisse sur les associations économiques et sur la Confédération. Cela paraît être en effet la seule explication au fait que le Conseil fédéral s'efforce encore, dans le projet de loi, d'effectuer «une pesée des intérêts entre santé publique et liberté économique». Dans une branche qui entraîne chaque année 9000 décès et des coûts de dix milliards de francs pour l'économie et la population, la liberté économique a-t-elle encore une quelconque légitimité? La réponse est clairement non.

Publicité pour le tabac: impact et dépenses Le projet de loi sur les produits du tabac prévoit d'interdire la publicité sur les affiches, dans les cinémas, les médias imprimés et sur les supports électroniques. Ces restrictions n'entraîneront toutefois guère de diminution des activités de marketing, mais un transfert, comme le montre la pratique actuelle: après l'interdiction de la publicité par voie d'affichage dans la plupart des cantons, les cigaretteurs ont reporté leurs efforts sur les festivals de musique et les points de vente: depuis 2000, les dépenses pour la publicité par voie d'affichage ont chuté de 44 à 6 millions de francs(2), alors que la présence de l'industrie du tabac s'est renforcée dans les festivals, les boîtes de nuit et les points de vente.

Le projet de loi autorise toujours le parrainage d'événements à caractère national, même si des artistes internationaux connus y participent. Les cigaretteurs sont présents aujourd'hui dans les festivals de musique avec des stands et des plateformes; ils organisent des jeux et des concours attrayants qui ciblent principalement les adolescents et les jeunes adultes (3), comme le montre l'Observatoire des stratégies marketing pour les produits du tabac du CIPRET-Vaud. Deux tiers des fumeuses et fumeurs actuels ont commencé à fumer quotidiennement avant l'âge de 19 ans révolus (4). Les chances d'inciter un adulte à commencer à fumer sont minces. Selon l'étude du CIPRET, la plupart des festivals pourraient se passer de l'argent du tabac.

Le projet de loi autorise également toujours la publicité dans les points de vente. Comme le souligne l'observatoire du CIPRET dans une autre étude, la publicité pour les cigarettes est omniprésente dans les kiosques et les stations-services (5). En 2007, l'industrie du tabac a investi près de la moitié de son budget marketing dans les points de vente (6). Comme le montre une étude de Lisa Hendriksen et ses collègues de l'Université de Stanford, le risque de commencer à fumer est beaucoup plus grand lorsque les jeunes sont soumis à une telle publicité (7).

(1)<http://www.bag.admin.ch/themen/drogen/00041/00612/00765/11983/index.html?lang=fr>

(2)<http://www.bag.admin.ch/themen/drogen/00041/00612/00765/index.html?lang=fr>

(3)<http://www.cipretvaud.ch/parrainage-publicite-et-promotion-dans-les-evenements-culturels-et-sportifs/>

(4)[http://http/www.tabakmonitoring.ch/Berichte/Tabakkonsum\\_Schweiz/Kurzberichte/kurz\\_Tabakkonsum\\_10\\_fr.pdf](http://http/www.tabakmonitoring.ch/Berichte/Tabakkonsum_Schweiz/Kurzberichte/kurz_Tabakkonsum_10_fr.pdf)/www.tabakmonitoring.ch/Berichte/Tabakkonsum\_Schweiz/Kurzberichte/kurz\_Tabakkonsum\_10\_fr.pdf

(5)<http://www.cipretvaud.ch/publicite-et-promotion-des-produits-du-tabac-dans-les-points-de-vente/>

(6)[www.bag.admin.ch/evaluation/01759/07612/07620/index.html?lang=fr&download=NHZLpZig7t.lnp6l0NTU042l2Z6ln1ae2lZn4Z2qZpnO2Yuq2Z6gpJCJdH5.gWym162dpYbUzd.Gpd6emK2Oz9aGodetmqaN19XI2ldvoaCUZ,s-](http://www.bag.admin.ch/evaluation/01759/07612/07620/index.html?lang=fr&download=NHZLpZig7t.lnp6l0NTU042l2Z6ln1ae2lZn4Z2qZpnO2Yuq2Z6gpJCJdH5.gWym162dpYbUzd.Gpd6emK2Oz9aGodetmqaN19XI2ldvoaCUZ,s-)

(7)<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3046636/>

Vous trouverez de plus amples informations sur Addiction Suisse sur notre site Internet  
<http://www.addictionsuisse.ch>

Ce communiqué de presse figure sous <http://www.addictionsuisse.ch/actualites/communiques-de-presse>

Contact:

Corine Kibora  
[ckibora@addictionsuisse.ch](mailto:ckibora@addictionsuisse.ch)  
tél.: 021 321 29 75

#### Medieninhalte



Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100000980/100759745> abgerufen werden.