

STOP à la publicité pour le tabac

Communiqué de presse

Berne, le 14 juin 2021

Loi sur les produits du tabac: le Conseil des États plie

Le Conseil des États revient sur sa décision de l'année dernière: la publicité pour les produits du tabac et de la nicotine dans les publications papier et sur internet doit rester généreusement autorisée. L'Alliance pour une loi efficace sur les produits du tabac constate que le Conseil a cédé à la pression du lobby du tabac.

Le Conseil des États a changé d'avis : il considère désormais comme acceptable la publicité pour le tabac dans les journaux, les magazines et sur internet. Par cette décision, la Suisse rompt définitivement avec une politique moderne de prévention du tabagisme. Avec une telle loi, vouloir réduire le nombre d'enfants et d'adolescents qui commencent à utiliser ces produits chaque année demeure illusoire.

Des additifs sournois restent autorisés

L'Alliance est déçue de constater que le Conseil des États ne veut toujours pas bannir les additifs connus et dangereux qui favorisent la dépendance. Malgré les preuves scientifiques, la Chambre basse ignore le danger que représentent pour les enfants et les adolescents ces substances qui servent d'appât.

Dès 2014 (!), l'UE a décidé d'«interdire les additifs qui facilitent l'inhalation ou l'absorption de nicotine» ou «augmentent de manière mesurable l'effet toxique ou addictif» pour le tabac à fumer. Contrairement à la Suisse, l'UE a également reconnu le danger que représentent les «nouveaux» produits aromatisés du tabac et de la nicotine pour les enfants et les adolescents: la Commission européenne veut étendre l'interdiction susmentionnée à tous les produits du tabac et aux cigarettes électroniques d'ici 2025.

La ratification de la convention-cadre de l'OMS est hors de portée

Malheureusement, le Conseil des États a supprimé l'article obligeant les fabricants de tabac à déclarer à l'OFSP leurs dépenses en matière de publicité, de promotion des ventes et de parrainage. Or, il s'agit là de la condition minimale non négociable requise pour pouvoir ratifier la Convention-cadre internationale pour la lutte antitabac (CCLAT). La ratification de cette convention est pourtant un objectif déclaré du Conseil fédéral et du Parlement depuis vingt ans.

Au nom des organisations signataires

Alliance pour une loi efficace sur les produits du tabac

Pour toute question, veuillez vous adresser à:

Association pour la prévention du tabagisme:

Luciano Ruggia, Directeur, 031 599 10 20, luciano.ruggia@at-schweiz.ch

Ligue suisse contre le cancer:

Stefanie de Borba, responsable du Service médias, 031 389 93 31, media@krebsliga.ch

Ligue pulmonaire suisse:

Andrea Adam, porte-parole pour les médias, 031 378 20 53, media@lung.ch

Addiction Suisse:

Monique Portner-Helfer, porte-parole pour les médias, 021 321 29 74, mportner-helfer@suchtschweiz.ch

STOP à la publicité pour le tabac

Série de publications de la SSPS

«Les fabricants de tabac ciblent principalement les adolescents avec leur marketing. Cela s'explique par le fait que la plupart des fumeurs adultes ont commencé à fumer à l'adolescence. Les compagnies de tabac essaient donc d'inciter les jeunes à fumer. C'est ce que montrent à la fois des documents internes de l'industrie du tabac et des analyses scientifiques.»

Martin Bienlein, membre du Comité de la Société suisse pour la politique de la santé (SSPS), a examiné de près le marketing pratiqué par Big Tobacco. Il est stupéfait de voir ce que les fabricants et les commerçants de tabac sont autorisés à faire en la matière, tout particulièrement en Suisse.

Frauen und Jugendliche zuerst. Marketing der Tabakindustrie und des Tabakhandels – Werbung, Sponsoring und Verkaufsförderung in der Schweiz (tome 141)

Martin Bienlein

Berne 2021, 538 pages, avec de nombreuses photos

ISBN 978-3-85707-141-6