

STOP à la publicité pour le tabac

Communiqué de presse

Berne, le 16 septembre 2021

Le Parlement laisse toujours le champ libre à l'industrie du tabac

Après avoir travaillé durant six ans à l'élaboration d'une loi efficace sur les produits du tabac en Suisse, le Parlement a accouché d'une souris: la Suisse possède les règles les plus faibles d'Europe en ce qui concerne publicité pour le tabac et reste donc à la traîne en matière de prévention du tabagisme. Le seul espoir de voir la situation s'améliorer réside désormais dans l'initiative populaire «Enfants sans tabac».

Peu impressionnés par les statistiques de santé qui font état de 9500 décès par an ou par le fait qu'un enfant de 13 ans sur cinq fume déjà des cigarettes électroniques, ni par le coût économique occasionné qui atteint les 5 milliards par an, le Conseil national et le Conseil des États ont décidé que les centaines de millions de francs investis dans le déferlement de publicités pour les produits du tabac et de la nicotine, ciblant en particulier les enfants et les adolescents, pouvaient continuer d'affluer comme avant. Les parlementaires n'ont réussi à se mettre d'accord que sur un âge minimum de 18 ans pour la vente de tabac et de produits à base de nicotine dans tout le pays. Sinon, le Parlement s'est contenté de quelques retouches cosmétiques. Il ignore ce que souhaite la population qui, dans les enquêtes, se prononce clairement et sans équivoque en faveur d'une restriction stricte de la publicité pour le tabac.

Publicité

Les seules formes de publicité nouvellement interdites sont déjà prohibées dans la plupart des cantons et/ou revêtent une importance de plus en plus faible pour l'industrie du tabac: il s'agit de la publicité par voie d'affichage, dans les cinémas, sur les transports publics, sur les bâtiments publics, sur les terrains de sport et lors de manifestations sportives. La restriction décidée dans les médias papier et en ligne correspond à l'actuel accord sectoriel volontaire, qui est formulé de telle manière qu'il reste inefficace.

Promotion des ventes

En ce qui concerne la promotion des ventes, seule une restriction très légère a été décidée: les échantillons gratuits et les campagnes avec offre de réduction ne sont interdits que s'ils sont liés à des campagnes de publicité ou à des cadeaux.

Parrainage

En ce qui concerne le parrainage, la nouvelle interdiction ne s'applique qu'aux événements ayant un caractère «international», ce qui ne change rien par rapport à la situation actuelle étant donné que les lois dans nos pays voisins imposent déjà une interdiction de facto du parrainage de tels événements.

«Initiative populaire Enfants sans tabac»

L'initiative populaire fédérale «Oui à la protection des enfants et des jeunes contre la publicité pour le tabac» veut limiter la publicité pour les produits du tabac qui s'adresse aux enfants ou aux adolescents. Concrètement, cela signifie que, outre la publicité par voie d'affichage et dans les cinémas, celle par voie d'annonces ainsi que le parrainage de festivals et la publicité en ligne ne devraient plus être autorisés à l'avenir.

STOP à la publicité pour le tabac

Au nom des organisations signataires

Alliance pour une loi efficace sur les produits du tabac

L'Alliance pour une loi efficace sur les produits du tabac est une 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. À ce jour, 127 organisations ont rejoint l'Alliance.

Pour toute question, veuillez vous adresser à:

Association suisse pour la prévention du tabagisme (AT Suisse):

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