

Communiqué de presse

Berne, 11 janvier 2022

Prise de position de la Commission fédérale pour les questions liées aux addictions et à la prévention des maladies non transmissibles (CFANT) sur l'initiative populaire « Oui à la protection des enfants et des jeunes contre la publicité pour le tabac »

Il faut assurer une protection efficace des enfants et des jeunes contre l'entrée dans le tabagisme

Le 13 février 2022, le peuple suisse est appelé à voter sur l'initiative populaire « Oui à la protection des enfants et des jeunes contre la publicité pour le tabac ». La Commission fédérale pour les questions liées aux addictions et à la prévention des maladies non transmissibles (CFANT) approuve cette initiative. Elle reconnaît dans les restrictions exigées de la publicité pour le tabac des étapes importantes pour une protection cohérente de la jeunesse.

En Suisse, la majorité des fumeurs et fumeuses commencent à consommer des produits du tabac lorsqu'ils sont mineurs. Les mesures de prévention du tabagisme ont donc le plus grand impact lorsqu'elles visent cette tranche d'âge. L'objectif est d'empêcher les enfants et les jeunes de commencer à fumer. L'initiative populaire « Oui à la protection des enfants et des jeunes contre la publicité pour le tabac » exige, en plus de l'interdiction de vente de produits du tabac aux moins de 18 ans, une limitation de la publicité pour le tabac vis-à-vis enfants et des jeunes, afin de protéger les mineurs contre une entrée dans le tabagisme. La CFANT y voit la conséquence logique d'une politique cohérente de protection des enfants et des jeunes, c'est pourquoi elle soutient l'initiative.

La Commission estime que les restrictions de la publicité ciblant les enfants et les jeunes sont cohérentes avec l'interdiction de vente de produits du tabac aux mineurs. En octobre 2021, le Parlement a adopté la nouvelle loi sur les produits du tabac, qui interdit la vente de produits du tabac aux moins de 18 ans ainsi que la publicité pour le tabac à certains endroits. Cette loi ne garantit toutefois pas à elle seule une protection efficace de la jeunesse et n'améliore pas de manière significative la prévention du tabagisme.

En effet, malgré la loi sur les produits du tabac adoptée par le Parlement, la promotion de produits du tabac reste possible dans des lieux fréquentés par les enfants et les jeunes. Ces derniers sont en effet surtout sensibles à la publicité sur Internet, dans les médias sociaux, dans les points de vente et les festivals ainsi que dans les journaux gratuits. L'initiative vise quant à elle à interdire tout type de publicité pouvant atteindre les enfants et les jeunes, sur lesquels il est prouvé que la publicité a la plus grande influence. L'initiative assure ainsi une protection efficace de la jeunesse.

Les restrictions publicitaires en vigueur actuellement n'ont pas changé depuis 1995. La CFANT considère qu'elles sont insuffisantes et dépassées. Aujourd'hui, les jeunes reçoivent en moyenne 68 stimuli pro-tabac lors d'une seule sortie nocturne. L'objectif de la publicité pour le tabac est de donner une image attrayante du tabagisme en l'associant à des images positives. Et comme la publicité fonctionne, il faut la bannir des lieux où se trouvent des enfants et des jeunes. 57 % des fumeurs ont commencé à fumer avant l'âge de 18 ans : une situation que l'initiative contribuera à empêcher à l'avenir.

L'expérience montre qu'une limitation de la publicité pour les produits nocifs est une mesure qui a non seulement fait ses preuves en termes de protection de la santé, mais qui est aussi efficace en termes de coûts. La réglementation de nombreux pays est clairement plus restrictive que celle de la Suisse. Il est établi que la publicité pour les produits du tabac augmente la consommation, dissuade les gens

d'arrêter à fumer et favorise la récurrence des fumeurs et fumeuses. Il existe aussi un lien de cause à effet entre la fréquence à laquelle les enfants et les jeunes sont exposés à la publicité et la fréquence à laquelle ils expérimentent les produits du tabac.

Le Parlement propose la nouvelle loi sur les produits du tabac en guise de contre-projet indirect à l'initiative populaire. Or, l'acceptation de l'initiative permettra de renforcer cette loi en ce qui concerne la publicité, afin de mieux protéger les enfants et les jeunes de la publicité pour le tabac. Des restrictions efficaces de la publicité sont nécessaires pour empêcher la consommation de tabac par les mineurs et, partant, de graves atteintes à la santé. C'est pourquoi, dans un souci de prévention et de promotion de la santé, la CFANT soutient l'initiative populaire « Oui à la protection des enfants et des jeunes contre la publicité pour le tabac », qui sera soumise à la votation le 13 février 2022.

Contact :

Matthias Weishaupt (président)

Eksn-cfant@outlook.com

À propos de la CFANT :

La Commission fédérale pour les questions liées aux addictions et à la prévention des maladies non transmissibles (CFANT) est une commission extraparlamentaire indépendante qui conseille notamment le Conseil fédéral et l'administration fédérale sur des questions fondamentales liées aux addictions et à la prévention des maladies non transmissibles ainsi que pour les affaires politiques dans ces domaines. La Commission est rattachée au Département fédéral de l'intérieur (DFI).

La CFANT a pris ses fonctions le 1^{er} janvier 2020. Elle remplace les commissions fédérales pour les problèmes liés à l'alcool (CFAL), pour la prévention du tabagisme (CFPT) et pour les questions liées aux addictions (CFLA). La CFANT regroupe vingt membres issus des domaines de la promotion de la santé et de la prévention, des sciences sociales, de la médecine, de l'assistance et de la thérapie en cas d'addiction, de la justice et de l'exécution, de l'égalité des chances et de la communication en matière de santé.