



# Foire aux questions : loi sur les produits du tabac

---

Date :

8 décembre 2017

---

## **De quelles dispositions relèvent actuellement les produits du tabac ?**

Actuellement, les produits du tabac tombent sous le coup de la loi sur les denrées alimentaires (LDAI). La révision de cette loi offre aujourd'hui l'opportunité de distinguer ces produits pour leur consacrer une loi spécifique, applicable de manière uniforme dans toute la Suisse.

## **Pourquoi créer une loi sur les produits du tabac ?**

La loi sur les produits du tabac posera un cadre contraignant pour réguler ces produits. Elle vise à protéger la population des effets néfastes provoqués par la consommation de produits du tabac et de cigarettes électroniques.

## **Quel mandat le Parlement a-t-il confié à l'OFSP ?**

Le Parlement a chargé le Conseil fédéral de supprimer, d'une part, les restrictions en matière de publicité proposées dans le projet initial concernant l'affichage publicitaire, les spots publicitaires au cinéma et les annonces et, d'autre part, les dispositions relatives à la promotion et au parrainage. En outre, il s'agit de légaliser non seulement les cigarettes électroniques (contenant de la nicotine), mais aussi le snus, et de prévoir une réglementation spécifique pour tous les produits alternatifs. Toutefois, l'interdiction de vendre des produits du tabac aux jeunes de moins de 18 ans et l'interdiction de la publicité destinée aux adolescents et aux enfants sera maintenue.

## **Interdiction de vendre des produits du tabac**

### **Comment l'âge minimal de vente est-il actuellement réglementé en Suisse ?**

À l'heure actuelle, il n'existe pas de limite d'âge applicable sur l'ensemble du territoire. Dans 11 cantons, il est déjà interdit de vendre des produits du tabac aux jeunes de moins de 18 ans, tandis que dans 12 autres cantons, l'âge minimal est de 16 ans. La loi sur les produits du tabac interdira la vente de produits du tabac aux jeunes de moins de 18 ans, harmonisant ainsi les différentes réglementations cantonales au niveau national.

### **Pourquoi interdire la vente de produits du tabac aux jeunes de moins de 18 ans ?**

La majorité des fumeurs a commencé à consommer du tabac avant l'âge de 18 ans. À cet âge, le tabagisme peut avoir des conséquences particulièrement graves pour la santé : un retard de croissance, une capacité pulmonaire réduite, des troubles respiratoires ainsi que de l'asthme ne sont pas rares chez les consommateurs précoces. Interdire sur l'ensemble du territoire la vente de tabac aux mineurs contribuera à réduire la consommation de tabac chez les jeunes ainsi que ses conséquences sanitaires et financières.

## **Comment se situe la Suisse en matière d'interdiction de vente, par comparaison européenne ?**

La Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac préconise d'interdire la vente des produits du tabac aux jeunes de moins de 18 ans. Cette limite d'âge s'est largement imposée en Europe.

## **Publicité en faveur du tabac**

### **Comment la publicité en faveur du tabac est-elle aujourd'hui réglementée ?**

Dans notre système fédéraliste, les cantons sont habilités à édicter des interdictions visant à préserver la santé de la population. Seize cantons disposent déjà de [restrictions de la publicité](#) dans l'espace public. La nouvelle loi fédérale sur les produits du tabac n'empêchera en rien les cantons d'édicter des réglementations plus strictes que celles adoptées au niveau fédéral.

### **Quelles dispositions ont été modifiées par rapport au projet précédent ?**

Les interdictions prévues en matière d'affichage publicitaire, d'annonces et de publicité au cinéma ont été supprimées. La publicité ne sera ainsi prohibée que si elle s'adresse de manière ciblée aux mineurs. Certes, cette disposition existe déjà aujourd'hui, mais il s'agit de l'adapter aux nouvelles réalités compte tenu de l'évolution rapide qu'a connue le domaine des médias ces dernières décennies. L'interdiction doit s'étendre désormais à la presse gratuite étant donné que, par le biais de ce canal, une seule annonce peut facilement atteindre plus de cent mille mineurs et que, sur Internet, les contenus peuvent être consultés gratuitement et sans restriction. En outre, la publicité sera interdite dans les points de vente si, placée spécialement à côté des bonbons, elle attire particulièrement l'attention des enfants ou si elle se trouve en-deçà d'une hauteur de 1,2 mètre.

### **Pourquoi restreindre la publicité dans la presse gratuite et sur Internet ?**

La publicité a pour objectif d'accroître les ventes et donc le chiffre d'affaires. La publicité pour le tabac n'échappe pas à cette pratique. Les jeunes gens sont particulièrement réceptifs aux messages véhiculés par la publicité. En outre, ils ont du mal à percevoir les risques liés à la consommation de tabac. Les médias gratuits et facilement accessibles ainsi qu'Internet sont donc particulièrement attrayants pour les jeunes. C'est pourquoi la publicité doit y être prohibée, à l'exception des sites Internet payants.

## **Comment se situe la Suisse en matière d'interdiction de la publicité, par comparaison internationale ?**

La publicité pour le tabac dans les médias imprimés, sur Internet, à la radio et à la télévision est prohibée dans tous les États membres de l'UE. Le parrainage de manifestations ayant des effets transfrontaliers est également interdit. Par ailleurs, aucun pays européen à l'exception de l'Allemagne n'autorise l'affichage publicitaire en faveur du tabac. Avec la nouvelle loi, la Suisse sera le pays d'Europe le moins restrictif en matière de publicité pour le tabac. À cet égard, elle occupe la dernière place du classement [Tobacco Control Scale Europe 2016](#) (cf. rapport en page 20).

### **Pourquoi les organisations actives dans le domaine de la santé réclament-elles l'interdiction générale de la publicité ?**

La publicité a pour objectif d'accroître les ventes et donc le chiffre d'affaires. La publicité pour le tabac n'échappe pas à cette pratique. Les enfants et les adolescents se sentent eux aussi interpellés par la publicité qui s'adresse, de prime abord, aux adultes. Or, ce sont justement les jeunes qui sont particulièrement réceptifs aux messages publicitaires, mais ils n'arrivent pas encore à bien évaluer les dangers liés à la consommation. En outre, la publicité omniprésente pour le tabac donne l'impression que fumer n'est pas nocif pour la santé.

## **Cigarettes électroniques**

### **Qu'est-ce qui change pour les cigarettes électroniques ?**

Le commerce de cigarettes électroniques contenant de la nicotine sera autorisé, mais en contrepartie

les restrictions publicitaires et les interdictions de vente, ainsi que les dispositions relatives à la protection contre le tabagisme passif seront appliquées également aux cigarettes électroniques contenant de la nicotine et aux autres produits comparables. Toutefois, les mises en garde et les prescriptions de sécurité seront soumises à des dispositions spéciales.

### **Pourquoi légaliser les cigarettes électroniques contenant de la nicotine ?**

La nouvelle loi permettra ainsi aux consommateurs d'acquérir en Suisse en toute légalité des produits qui sont nettement moins nocifs que la cigarette traditionnelle. Les cigarettes électroniques feront l'objet de prescriptions relatives à la composition, aux informations sur le produit et à l'étanchéité dans le but d'améliorer la qualité du produit et la sécurité pour les consommateurs.

### **La consommation de cigarettes électroniques et de produits comparables sera-t-elle prohibée dans tous les lieux frappés d'une interdiction de fumer ?**

L'utilisation de cigarettes électroniques avec ou sans nicotine ainsi que de produits comparables doit être mise sur le même plan que le fait de fumer au sens de la loi fédérale sur la protection contre le tabagisme passif : la consommation de cigarettes électroniques et de produits comparables dans les espaces fermés accessibles au public sera donc prohibée.

### **La vapeur exhalée est-elle nocive pour l'entourage ?**

Les cigarettes électroniques libèrent, dans l'air ambiant, de la nicotine susceptible d'être inhalée par l'entourage. Elles peuvent également émettre des substances cancérigènes (aldéhydes). Il n'est dès lors pas possible d'exclure tout risque sanitaire en cas d'inhalation passive de cette vapeur. Il s'agit surtout de protéger les enfants en bas âge et les femmes enceintes contre ces expositions.

## **Produits du tabac chauffés**

### **Qu'en est-il de la réglementation des produits du tabac comme iQOS ou Ploom (produits du tabac chauffés mais non fumés) ?**

Les produits du tabac chauffés tels qu'iQOS®, Glo® ou PLOOM TECH® feront l'objet d'une réglementation spécifique. Ils portent une mise en garde générale sans image. S'agissant des restrictions de la publicité, des interdictions de vente et de la protection contre le tabagisme passif, ces produits sont soumis aux mêmes règles que les produits du tabac traditionnels.

### **Comment la cigarette électronique et les produits du tabac chauffés sont-ils réglementés dans les pays voisins ?**

Chez nos voisins, une directive européenne édicte des exigences minimales pour les cigarettes électroniques et les produits du tabac chauffés (produits de nouvelle génération), ce qui n'empêche pas les pays d'adopter une réglementation plus stricte. La directive européenne contient quelques prescriptions plus sévères que la loi fédérale. En effet, l'UE prévoit une concentration maximale en nicotine pour les cigarettes électroniques, et le volume autorisé pour les liquides de recharge est fixé plus bas.

### **Pourquoi l'interdiction de vendre des produits du tabac s'applique-t-elle aussi aux cigarettes électroniques sans nicotine ?**

L'interdiction est également valable pour les cigarettes électroniques ne contenant pas de nicotine. Les produits sans nicotine peuvent produire des substances cancérigènes. En outre, il s'agit de protéger les mineurs d'un produit qui risque d'engendrer une dépendance à la nicotine et qui pourrait finalement inciter la personne à consommer des cigarettes traditionnelles par mimétisme.

## **Consommation de tabac en Suisse**

### **Comment a évolué le nombre de fumeurs ces dernières années ?**

Le nombre de fumeurs a nettement reculé depuis l'an 2000. Il est toutefois resté relativement stable

ces six dernières années et se situe actuellement à 25 %. La tranche d'âge des 20 à 30 ans est celle qui fume le plus. Avec presque deux millions de fumeurs, la Suisse est confrontée à un problème majeur en matière de santé publique.

#### **Quels sont les risques sanitaires inhérents au tabagisme ?**

Chaque année en Suisse, 9500 personnes décèdent prématurément des suites de la consommation de tabac, soit 25 décès par jour.

#### **Quelle est la différence d'espérance de vie entre un fumeur et un non-fumeur ?**

L'espérance de vie d'une personne qui fume quotidiennement durant toute sa vie d'adulte est inférieure de 14 ans à celle d'un non-fumeur. Vient s'y ajouter une perte de qualité de vie : le tabagisme peut entraîner une dégradation des conditions physiques, une invalidité à la suite d'un infarctus ou d'un accident vasculaire cérébral ou encore une perte de mobilité en cas de difficultés respiratoires (emphysème pulmonaire).

#### **Quels coûts entraîne le tabagisme ?**

Le tabagisme coûte 1,7 milliard de francs par an en traitements médicaux, qui sont financés par la collectivité à travers les primes d'assurance-maladie. Il occasionne également chaque année des pertes à hauteur de 3,9 milliards de francs en raison de l'absentéisme au travail.

## **Conventions internationales**

#### **Où en est-on avec la FCTC ?**

En 2004, la Suisse a signé la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac FCTC, mais ne l'a, à ce jour, pas ratifiée. L'accord a déjà été ratifié par 180 pays ainsi que par l'Union européenne.

#### **La FCTC pourra-t-elle être ratifiée avec ce projet de loi ?**

La Suisse ne pourra pas ratifier la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac FCTC, qu'elle a signée en 2004 et qui à ce jour a été ratifiée par 180 États et l'Union européenne. Contrairement au premier projet, celui-ci ne remplit plus certaines exigences minimales de la Convention, par exemple en matière de parrainage ou concernant l'obligation faite aux fabricants de déclarer le montant des dépenses publicitaires.