



Révision partielle de la loi fédérale sur les produits du tabac et les cigarettes électroniques : procédure de consultation

La CFANT tient à ce que les interdictions de publicité demandées par l'initiative populaire et approuvées par le peuple et les cantons soient mises en œuvre de manière complète et stricte

La CFANT félicite et soutient la proposition du Conseil fédéral

La CFANT est d'avis que la proposition de révision partielle de la loi sur les produits du tabac et les cigarettes électroniques proposée par le Conseil fédéral et l'Office fédéral de la santé publique (OFSP) est globalement satisfaisante. Elle considère que le texte respecte la volonté des initiants de l'initiative "Enfant sans tabac", ainsi que celle du peuple et des cantons qui l'ont acceptée en février 2022.

La CFANT tient à ce que les restrictions publicitaires demandées par l'initiative populaire soient mises en œuvre de manière complète et réelle. C'est la raison pour laquelle elle salue la proposition du Conseil fédéral visant à prendre des mesures strictes dans le sens d'une protection efficace des mineurs.

Les dispositions proposées permettront, si elles sont mises en œuvre tel que prévu, de rapprocher la Suisse des standards internationaux en matière de régulation et limitation de la publicité en faveur du tabac, de la promotion et du parrainage. La CFANT se réjouit et soutient ce pas significatif en termes de lutte contre le tabagisme et de protection de la jeunesse. La CFANT est d'avis que cette dernière, en vertu notamment de l'art. 11 de la Constitution fédérale (Protection des enfants et des jeunes) doit impérativement être protégée des déterminants commerciaux de la santé et des pratiques industrielles contraires à tout effort et politique de santé publique.

Les dispositions proposées semblent a priori compatibles avec celles de la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac (CCLAT), signée par la Suisse en 2004. La CFANT demande au Conseil fédéral d'atteindre l'objectif de ratification de cette Convention.

En outre la CFANT, tel qu'elle a déjà pu l'exprimer dans des prises de positions antérieures, soutient une interdiction totale de la publicité pour toute la population, aussi bien pour les produits du tabac usuels que pour les produits alternatifs (tabac à chauffer, cigarettes électroniques, tabac destinés à un usage oral).

Bien que le projet soumis à consultation soit globalement satisfaisant, la CFANT demande d'apporter au projet de loi les modifications suivantes :

- Intégrer dans la loi la seconde exigence de l'initiative populaire, à savoir la promotion de la santé des enfants et des jeunes ;
- Remplacer la liste des pratiques publicitaires interdites par une interdiction globale complétée par une liste des activités restant autorisées, en accord avec les directives d'application de l'article 13 "Publicité en faveur du tabac, promotion et parrainage" de la CCLAT ;
- Définir de manière claire et exhaustive les termes de "publicité", "promotion" et parrainage" en reprenant la définition de l'article 13 de la CCLAT, et en couvrant également l'extension de marque ("brand stretching") ;

- Prévoir des organes et des ressources pour assurer des contrôles réguliers des restrictions publicitaires et en cas de non-respect la prise de sanctions significatives (tant au niveau de la Confédération que des cantons) ;
- Introduire dans la nouvelle loi une interdiction stricte et contrôlée de vente et de remise de tabac et cigarettes électroniques aux mineurs également dans le cadre du commerce en ligne (dans le sens de l'interpellation Feri 22.3733 du 16.06.2022) et autoriser des achats-tests en ligne ;
- Exiger davantage de détails lors de la déclaration des dépenses par l'industrie (formes de publicités et catégories de produits) ;
- Reformuler les termes pour que tous les supports publicitaires dans les espaces publics et privés visibles du domaine public soit inclus ;
- Introduire le paquet neutre dans la mesure où l'emballage des produits du tabac est un support marketing avéré et documenté, dès lors contraire à la volonté des initiants, du peuple et des cantons ;
- Interdire les automates dans les lieux pouvant être fréquentés par des mineurs, dans la mesure où ils ne sont pas uniquement des distributeurs de produits mais également de véritables supports publicitaires en soi (par ex. devanture avec affiche promotionnelle ou écran actif) ;
- Interdire l'exposition de produits du tabac dans les points de vente ("Tobacco Power Walls") pouvant être fréquentés par des mineurs, dans la mesure où il est documenté qu'il s'agit d'une stratégie promotionnelle utilisée par l'industrie et efficace pour capter l'attention des jeunes ;
- Intégrer dans les dispositions légales une évaluation régulière de l'impact de la loi et un suivi (monitorage) de la consommation des différents produits.

Dans une perspective globale et par souci de cohérence, la CFANT invite en outre le Conseil fédéral à :

- Compléter les efforts de prévention du tabagisme en Suisse en considération que seule une stratégie globale - misant sur la réduction de l'offre, de la demande et des effets nocifs visant à améliorer la santé d'une population (cf définition de "lutte antitabac" par la CCLAT) - est en mesure de réduire durablement la prévalence du tabagisme et la mortalité et morbidité associées. En ce sens, entre autres, il est selon la CFANT impératif que la révision en cours de la loi sur les produits du tabac intègre une interdiction des additifs dans les produits qui augmentent le potentiel de dépendance ou facilitent l'inhalation (dans le sens de la motion Roduit 20.3634 du 16.06.2020) ;
- Considérer le modèle de régulation de la publicité en faveur du tabac proposé dans cette révision de loi (interdiction de toute forme de publicité, promotion, parrainage pouvant atteindre des mineurs) comme un modèle de référence pour l'ensemble des produits pouvant engendrer une dépendance, présents ou à venir sur le marché suisse.

novembre 2022