

## Prise de position politique

### Votation fédérale sur l'initiative « Enfants sans tabac »

#### Messages principaux

- La protection des enfants et des adolescents contre les méfaits du tabagisme passe tout d'abord par une interdiction de la publicité dirigée vers ce groupe-cible.
- L'exposition des enfants et des adolescents à la publicité pour les produits du tabac est si importante qu'il est nécessaire que chaque professionnel de la santé puisse s'engager pour la contrer.
- Plus la consommation de tabac commence tôt, plus la dépendance est forte, et plus l'arrêt est difficile.
- La Plateforme Interprofessionnalité vote OUI à l'initiative « Enfants sans tabac ».

#### Contexte

En Suisse, la consommation de produits du tabac est l'ennemi public numéro un. Elle est le principal facteur de risque de maladies chroniques non-transmissibles et tue plus en une année que le Covid-19 l'a fait en 18 mois : la Suisse déplore 9'500 décès par an liés au tabagisme, soit presque 15% des décès totaux. Les traitements médicaux et chirurgicaux, curatifs ou palliatifs, des personnes atteintes de maladies liées à la consommation de tabac sont souvent pénibles. Les coûts pour la société sont également économiques, puisque 3 milliards de francs sont nécessaires annuellement pour financer les traitements médicaux de maladies liées au tabac<sup>1</sup>.

L'initiative populaire fédérale « Oui à la protection des enfants et des jeunes contre la publicité pour le tabac » sera soumise à la votation populaire le 13 février 2022. Lancée par plusieurs grandes organisations de santé, associations de jeunesse et associations sportives, cette initiative vise l'interdiction des publicités s'adressant aux jeunes concernant les produits du tabac. Une telle interdiction concerne notamment la publicité sur internet, sur les réseaux sociaux ou le parrainage de festivals, mesures qui ne sont pas comprise dans la Loi sur les produits du tabac (LPTab). Toutes les informations relatives à l'initiative populaire sont à retrouver sur le site officiel : <https://enfantssanstabac.ch/>

#### Position de la Plateforme Interprofessionnalité

La Plateforme Interprofessionnalité dans les soins de santé primaire se prononce en faveur de l'initiative populaire fédérale « Oui à la protection des enfants et des jeunes contre la publicité pour le tabac » et s'engage pour une protection efficace de la jeunesse contre les produits du tabac et contre un début précoce du tabagisme, conduisant à de graves coûts sociaux et économiques.

<sup>1</sup> Office fédéral de santé publique OFSP, Faits et chiffres : Tabac  
<https://www.bag.admin.ch/bag/fr/home/zahlen-und-statistiken/zahlen-fakten-zu-sucht/zahlen-fakten-zu-tabak.html> (consulté le 10.01.2022)

# Plateforme Interprofessionnalité dans les soins de santé primaires

Par ailleurs, les fournisseurs de soins de santé primaires, mais également le personnel d'enseignement au niveau obligatoire ainsi que les services sociaux pour la jeunesse, sont les premiers témoins des conséquences néfastes que jouent les facteurs sociaux sur le risque d'une entrée dans le tabagisme avant l'âge adulte. C'est justement au sein des populations en situation de vulnérabilité que l'on observe le plus grand nombre de consommateurs précoces. À la précarité sociale s'ajoute également le désavantage d'une santé préétablie, une manière bien inéquitable d'offrir à cette jeune population une égalité des chances à laquelle elle a pourtant un droit constitutionnel.

En somme, il faut qu'une interdiction de la publicité pour les produits du tabac touchant les jeunes soit inscrite dans la Constitution ! Ce n'est qu'en ayant la possibilité de s'appuyer sur un cadre légal fort que nous pourrions, acteurs et promoteurs de la santé de la jeunesse, renforcer notre travail de prévention auprès de cette population vulnérable dans sa santé et influençable dans son comportement de consommation de toxique.

## Fixation précoce des habitudes

57% des fumeurs le sont devenus alors qu'ils étaient encore mineurs<sup>2</sup>. Par ailleurs, les personnes qui n'ont pas commencé à fumer avant l'âge de 21 ans ont de très faibles probabilités de s'engager dans une carrière de fumeur plus tard. Les habitudes concernant le tabagisme se développant chez les jeunes ayant de grandes chances de se poursuivre dans leur futur, c'est donc auprès des jeunes et des enfants qu'il faut intervenir pour réduire la consommation de tabac et les conséquences néfastes de celle-ci sur la population et la santé. Les jeunes fumeurs d'aujourd'hui sont les malades de demain.

## Prévalence et effets de la publicité pour le tabac chez les jeunes

La publicité pour le tabac fonctionne et a un effet réel, surtout sur les enfants et les adolescents<sup>3</sup>, d'autant plus qu'une image positive des fumeurs est transmise. Les jeunes qui sont en contact régulier avec de la publicité pour le tabac dans leur quotidien sont plus susceptibles de devenir eux-mêmes fumeurs, et donc de le rester. Cette efficacité de la publicité pour les produits du tabac se vérifie d'ailleurs dans les chiffres de la population fumeuse entre 15 et 25 ans, qui atteint 31,7% en 2017, soit 4 points de pourcentage de plus que le reste de la population adulte<sup>4</sup>. La publicité est en outre très présente dans les canaux et endroits fréquentés par des jeunes et adolescents, et leur apparaît sous forme de cadeaux promotionnels. Cette prévalence de la publicité est partiellement invisible à la population adulte, qui n'est pas présente dans les mêmes endroits sur les mêmes plateformes.

## Conséquence de l'interdiction de vente et éthique

La vente de produits contenant du tabac est interdite aux mineurs. Afin d'être cohérent, la publicité pour le tabac ne doit pas non plus être autorisée envers ce groupe. Il en va également d'une question morale, à savoir qu'un produit toxique ne devrait pas être promu, d'autant plus chez les enfants et adolescents. Cette interdiction entraînerait effectivement une atteinte à la liberté d'entreprise, mais

---

<sup>2</sup> Abelin, T, et al. (2011). Neue Erkenntnisse zu Marketing und Werbung bei Tabakerzeugnissen: eine Übersicht zu gesetzlichen Massnahmen und ihrer Wirksamkeit. Eidgenössisches Departement des Innern (EDI), Eidgenössische Kommission für Tabakprävention (EKTP).

<sup>3</sup> Filippidis F., Laverty A., Fernandez E, et al. (2017). *Correlates of self-reported exposure to advertising of tobacco products and electronic cigarettes across 28 European Union member states* *Tobacco Control*. 130-133.

<sup>4</sup> Office fédéral de santé publique OFSP, Faits et chiffres : Tabac  
<https://www.bag.admin.ch/bag/fr/home/zahlen-und-statistiken/zahlen-fakten-zu-sucht/zahlen-fakten-zu-tabak.html> (consulté le 10.01.2022)

# Plateforme Interprofessionnalité dans les soins de santé primaires

qui reste bien modeste si on la compare aux effets bénéfiques sur la santé de cette population vulnérable, et presque ridicule si on pense au devoir moral de protection des adolescents.

## Insuffisances dans la LPTab

Les dispositions prises dans la Loi sur les produits du tabac (LPTab), qui entrera certainement en vigueur en 2023, ne suffisent pas à protéger les jeunes du tabac, puisqu'elles n'interdisent pas la publicité précisément là où les enfants et adolescents sont particulièrement présents, soit sur internet ou sur les réseaux sociaux. La LPTab ne prend de plus aucune mesure contre la promotion indirecte (concours, rabais) ou le parrainage. Elle comporte uniquement une interdiction d'affichage et de publicité dans les cinémas, ce qui est déjà le cas dans un grand nombre de cantons et n'apporte donc pas de plus-value.

## Ratification de la FCTC

Parmi les pays membres de l'Organisation mondiale de la Santé (OMS), 180 sur 192 ont d'ores et déjà ratifié la Convention-cadre internationale pour la lutte anti-tabac (FCTC). En Suisse, avec les mesures comprises dans la Loi sur les produits du tabac, cette convention n'est cependant toujours pas ratifiée. Il convient ainsi d'interdire la publicité destinée aux jeunes et adolescents et de répondre aux exigences posées par la Convention-cadre internationale pour la lutte anti-tabac. La régulation des produits du tabac en Suisse est également très faible en comparaison internationale et un durcissement de la loi concernant la publicité est un pas dans la bonne direction. Comme le montrent les expériences de pays européens, une restriction publicitaire peut permettre de réduire la consommation de tabac, et ce en particulier chez les jeunes.

**L'initiative est portée par de nombreuses organisations de santé, de jeunesse et sportives, soit des organisations qui ont à cœur le bien-être et la santé des enfants et des adolescents. Les intérêts économiques ne doivent pas passer avant la santé de la population, et tout particulièrement avant celle d'une population plus fragile, telle que les enfants et adolescents. Pour toutes ces raisons, votez OUI le 13 février 2022.**

## Le comité de la Plateforme Interprofessionnalité



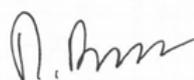
Sébastien Jotterand, Président de la  
Plateforme Interprofessionnalité  
Vice-président de mfe – médecins de famille  
et de l'enfance Suisse



Mirjam Stauffer, Présidente  
de Physioswiss



Franz Elmer, Vice-président de l'Association  
Suisse des infirmières et infirmiers (ASI)



Mélanie Brühlhart, pharmaSuisse