



Documents de travail sur les votations du 13 février 2022

Initiative populaire pour la protection des enfants et des jeunes contre la publicité pour le tabac

État de situation initial

Environ 32% des jeunes de 15 à 25 ans fument quotidiennement ou occasionnellement. Ce groupe d'âge se situe donc au-dessus de la moyenne de consommation de l'ensemble de la population. Plus de la moitié de la population fumeuse a commencé à fumer régulièrement avant 18 ans.

Lors de la session d'automne, le Parlement a adopté la loi sur les produits du tabac. Celle-ci règle entre autres les interdictions de publicité visant spécifiquement les mineurs ou les prescriptions d'étiquetage des produits du tabac afin de mettre en garde contre les risques pour la santé. La loi entre en vigueur indépendamment de l'initiative, mais le comité d'initiative estime qu'elle ne va pas assez loin, raison pour laquelle il maintient l'initiative.

Contenu de l'initiative

L'initiative populaire « Oui à la protection des enfants et des jeunes contre la publicité pour le tabac » a été lancée par plusieurs organisations de santé, des associations sportives et le Conseil suisse des activités de jeunesse (CSAJ) et déposée le 12 septembre 2019 avec 113'500 signatures valables. Le PEV a soutenu l'initiative lors de la phase de collecte de signatures.

L'objectif de l'initiative est de s'attaquer à la forte proportion de fumeurs, aux conséquences négatives sur la santé qui en découlent et à la stratégie publicitaire des producteurs de tabac qui vise les jeunes. L'initiative demande l'interdiction de toute forme de publicité pour les produits du tabac qui puisse toucher les enfants et les jeunes. Il s'agit par exemple de la publicité dans l'espace public et dans les points de vente, des annonces, de la publicité en ligne ou du parrainage de manifestations auxquelles participent des jeunes.

Texte de l'initiative

Art. 41, al 1, let. g

1 La Confédération et les cantons s'engagent, en complément de la responsabilité individuelle et de l'initiative privée, à ce que :

*les enfants et les jeunes soient encouragés à devenir des personnes indépendantes et socialement responsables et soient soutenus dans leur intégration sociale, culturelle et politique **et à ce que leur santé soit promue.***

Art. 118, al. 2, let. b

2 Elle légifère sur :

*b. la lutte contre les maladies transmissibles, les maladies très répandues et les maladies particulièrement dangereuses de l'être humain et des animaux ; **elle interdit notamment, pour les produits du tabac, toute forme de publicité qui atteint les enfants et les jeunes ;***

Art. 197, ch. 12

12. Disposition transitoire ad art. 118, al. 2, let. b (Protection de la santé)

L'Assemblée fédérale adopte les dispositions législatives d'exécution dans les trois ans qui suivent l'acceptation de l'art. 118, al. 2, let. b, par le peuple et les cantons.

Recommandations

Le Conseil fédéral, le Conseil national (88:101) et le Conseil des État (14:29) recommandent le rejet de l'initiative.

Arguments

Pour Enfants sans tabac	Contre ofsp.admin.ch
<ul style="list-style-type: none">• La publicité vise les jeunes Les fabricants de tabac tentent de rendre les jeunes dépendants de la nicotine dès leur plus jeune âge. Cette stratégie publicitaire est abusive et doit être interdite.• La publicité sape l'éducation à la santé La Confédération et les Cantons investissent dans l'éducation à la santé et la prévention des dépendances. La publicité pour le tabac sabote ces efforts.• Il faut faire la promotion de la santé La prévention des maladies et la réduction des coûts de la santé sont importantes pour nos concitoyens.• La réglementation actuelle est trop laxiste La loi sur les produits du tabac adoptée par le Parlement manque de mordant. Les producteurs de tabac peuvent continuer à cibler les jeunes et les enfants avec de la publicité sur Internet, dans les journaux gratuits et lors des festivals. Des enquêtes internationales montrent en outre que la Suisse fait partie des pays où l'influence des cigarettiers est la plus forte et que la réglementation de la publicité pour les produits du tabac y est relativement faible.	<ul style="list-style-type: none">• La publicité est rendue impossible Une interdiction de la publicité est une restriction disproportionnée de la liberté économique et de la publicité.• L'autorégulation fonctionne bien Le secteur de la communication empêche déjà aujourd'hui, sur une base volontaire, la publicité pour le tabac qui vise les jeunes.• C'est un manque à gagner supplémentaire pour les journaux, cinémas, etc. Les plateformes publicitaires sont déjà touchées par une baisse des recettes publicitaires et dépendent fortement des recettes du secteur du tabac.• Cela empêche la promotion d'alternatives moins risquées L'initiative interdit la publicité pour tous les produits du tabac, même ceux qui comportent moins de risques pour la santé et qui sont censés encourager les fumeurs à arrêter de fumer ou à changer de procédé. Cela nuit à l'innovation.• La nouvelle loi suffit Avec la nouvelle loi sur les produits du tabac, le Parlement a déjà mis en place une réglementation suffisante, notamment avec l'interdiction de la publicité visant les mineurs.