



La Liberté  
1701 Fribourg  
026/ 426 44 11  
www.laliberte.ch

Genre de média: Médias imprimés  
Type de média: Presse journ./hebd.  
Tirage: 39'351  
Parution: 6x/semaine

N° de thème: 729.006  
N° d'abonnement: 729006  
Page: 3  
Surface: 85'446 mm<sup>2</sup>



Le projet de loi qui est renvoyé au Conseil fédéral n'excluait pourtant pas la publicité pour les produits du tabac dans les kiosques. Alain Wicht

**SANTÉ PUBLIQUE** Une large alliance économique obtient le renvoi de la loi sur les produits du tabac

## LA CLOPE SAUVE SA PUB

« SANDRINE HOCHSTRASSER

**Tabac** » Consternation au sein des associations de promotion de la santé: la Suisse n'est pas prête à abandonner les publicités pour les cigarettes. Le projet de loi sur les produits du tabac n'a pas passé la rampe du Conseil des Etats, hier matin. Une majorité de sénateurs – 28 contre 15 – a jugé que le texte allait «trop loin» et qu'il méritait d'être renvoyé au Conseil fédéral.

Les élus bourgeois n'ont pas contesté l'objectif de cette loi, soit de «protéger les enfants et les jeunes», comme l'interdiction de vente aux mineurs sur tout le territoire. Mais ils se sont irrités des nouvelles restrictions en matière de publicité.

Le gouvernement doit se tenir aux règles actuelles, jugent les sénateurs, et proscrire les annonces qui ciblent les jeunes uniquement. Pas question d'étendre cette interdiction à tous les journaux, objets promotionnels (parasols, casquettes, etc.), événements sportifs et salles de cinéma – même si ces restrictions existent déjà dans certains cantons.

Les socialistes ont eu beau brandir des exemplaires du «20 Minuten» avec des annonces de cigarettiers dans des pages «People» prisées par les adolescents; ils ont eu beau rappeler que 9500 personnes

décèdent chaque année en Suisse des suites du tabagisme, ils n'ont convaincu aucun élu bourgeois alémanique.

Le Conseil des Etats a suivi la majorité de la commission, et «l'un des deux pôles qui s'est exprimé lors de la consultation», a regretté le ministre de la Santé Alain Berset. Soit l'Union suisse des arts et métiers et economiesuisse. Le front qui milite contre ces restrictions publicitaires ne se limite pas aux entreprises de tabac. British American Tobacco, Japan Tobacco International et Philip Morris ont bien défendu les intérêts de la branche qui assure 13 000 places de travail en Suisse,

lors de dîners avec les parlementaires notamment. Mais comme à leurs habitudes, ils se sont faits plutôt discrets.

En fait, «ce sont surtout les représentants d'autres secteurs – qui bénéficient des publicités ou craignent pour leur propre branche – qui ont fait du lobbying actif contre cette loi», remarque Elena Strozzi, de la Ligue pulmonaire suisse. Ainsi, l'Association suisse du commerce des vins, la Fédération suisse des casinos, l'Association suisse des patrons boulangers-confiseurs ainsi que Photomed, l'Association des instituts de bronzage, ont signé une missive appelant les

parlementaires à rejeter ce projet.

### Aussi l'alcool et les sodas?

Leurs craintes? Que les restrictions publicitaires s'étendent aux boissons alcoolisées, aux sodas, etc. «C'est une question de principe. Nous voulons donner un signal au gouvernement», note Beat Kläy, directeur de l'Association suisse des patrons boulangers-confiseurs. «Sa politique de prévention est de plus en plus intrusive. Il faut cesser cette tendance à prescrire ce qui est bon, ou pas, pour les citoyens. Un jour, nous ne pourrons plus vendre de millefeuilles»

«Quand la Coop et la Migros ne pourront plus faire de pub pour les produits carnés, pour des raisons de santé publique, les journaux seront exsangues», renchérit Daniel Hammer, secrétaire

général de l'association Médias Suisses. «Cette loi ouvre une boîte de Pandore.»

Les marques de tabac sont devenues une source de revenus «négligeable» pour les journaux, assure-t-il: «Elles représentent peut-être 2% des recettes publicitaires.» Au total, les entreprises de tabac dépensent moins de 20 millions par année pour leurs publicités que ce soit dans les médias, au cinéma ou à l'extérieur, selon les chiffres de Swiss Cigarette.



La Liberté  
1701 Fribourg  
026/ 426 44 11  
www.laliberte.ch

Genre de média: Médias imprimés  
Type de média: Presse journ./hebd.  
Tirage: 39'351  
Parution: 6x/semaine

N° de thème: 729.006  
N° d'abonnement: 729006  
Page: 3  
Surface: 85'446 mm<sup>2</sup>

L'association précise d'ailleurs que «le montant investi dans la publicité n'a pas d'influence sur le taux de fumeurs en Suisse (25% de la population)». Une affirmation reprise par plusieurs sénateurs, mais démentie par Alain Berset: les mesures adoptées en France ont réduit la consommation de cigarettes.

Le conseiller fédéral ajoute que d'autres secteurs sont frappés de restrictions publicitaires, à l'instar des armes ou des médicaments. Liliane Maury Pasquier

(ps, GE) dénonce la mauvaise foi du lobby économique: «Contrairement aux autres produits, le tabac n'est pas essentiel à la vie! Ce projet était vraiment minimal. Nous sommes en queue de peloton au niveau européen.» Le projet de loi autorise notamment le parrainage de festivals nationaux et la publicité dans les kiosques. Le lobby de la santé n'a pas réussi à se faire entendre. Il lui faudra désormais convaincre un Conseil national dominé par la droite. »

## LE VAPOTAGE ASSIMILÉ AU TABAC

Les vapoteurs seront-ils exclus des lieux publics? Les publicités pour les «cigarettes» seront-elles interdites? Le Conseil fédéral compte autoriser la vente de cigarettes électroniques avec nicotine en Suisse. Il prévoit en contrepartie de les soumettre aux mêmes restrictions que les cigarettes traditionnelles.

C'est l'un des points les plus contestés du projet de loi sur les produits du tabac. Le Conseil des Etats a demandé hier au gouvernement de revoir sa copie et d'élaborer une réglementation spécifique pour les cigarettes électroniques et le snus (poudre de tabac qui se glisse sous la lèvre). Le Conseil national doit encore se prononcer.

«Les produits de vapotage sont nettement moins nocifs pour la santé», souligne Olivier Théraulaz, de l'association des vapoteurs Helvetic Vape. «Ils devraient être promus comme des outils de

réduction des risques, plutôt que d'être assimilés et réglementés comme des cigarettes combustibles», précise-t-il.

Pour l'instant, les produits de vapotage avec nicotine ne sont pas vendus en Suisse et l'association de consommateurs ne dénombre que 8000 adeptes réguliers dans le pays. L'industrie du tabac aurait, elle, déjà investi des centaines de millions de dollars dans ce secteur, selon les dires du patron de Japan Tobacco International.

Verena El Fehri, directrice de l'association suisse pour la prévention du tabagisme, admet que «les médecins pourraient proposer des e-cigarettes aux patients qui arrêtent de fumer. Mais on ne peut pas conclure que c'est la nouvelle panacée! On ne connaît pas tous les risques. On ne va pas commencer à faire la promotion d'un produit qui rend dépendant à la nicotine», s'insurge-t-elle. SH