

Projet de loi sur les produits du tabac du conseil fédéral

On torpille la protection de la jeunesse et viole la convention cadre de l'OMS

Rainer M. Kaelin

Médecine interne et
Pneumologie, ancien vice-
président de la Ligue pulmonaire
Suisse et de la Ligue pulmonaire
vaudoise, Morges

Il est indiscutable que les produits du tabac, leur distribution, leur promotion, leur publicité et leur *sponsoring* doivent faire l'objet d'une législation. Le problème de santé publique du tabagisme, toujours en progression sur le plan mondial, ne permet pas de douter d'une telle évidence. Les règles qui s'appliquent au tabac sont réunies dans la loi actuelle sur les «denrées alimentaires»! Elles se trouveront dans un seul texte. Une fois une telle loi sur les produits du tabac (LPTab) adoptée, le parlement fédéral pourra ratifier la convention cadre sur le contrôle du tabagisme de l'OMS.

Le projet de loi, présenté par le conseiller fédéral Alain Berset le 21.5.2014, déclare avoir comme but la *protection des jeunes*. En effet, c'est eux qui sont les plus exposés au risque lié au tabac. La plupart des fumeurs/fumeuses ont développé leur comportement addictif avant l'âge de 20 ans et c'est cette population qui présente le plus de difficulté à cesser de fumer. Il est donc logique que la vente de tabac aux jeunes soit interdite. La publicité sur affiches, dans les cinémas, dans les médias écrits et sur les supports électroniques devra être interdite, car «elle a une grande influence et crée des incitations». Il est prouvé, que l'interdiction générale de la publicité et du *sponsoring* contribue de manière décisive à la dé-normalisation de la fumée dans la société et qu'elle diminue l'entrée dans la dépendance.

«Ainsi, les exceptions concédées torpillent l'objectif déclaré, la protection de la jeunesse.»

Aussi est-il incompréhensible, que l'interdiction du *sponsoring* concernera uniquement les «événements internationaux» et que la publicité aux points de vente et sur des «produits avec une relation directe avec le tabac» restera permise. Cela signifie, que les distributeurs de cigarettes dans les restaurants, les cendriers sur les terrasses des cafés, les affiches et les écriteaux sur les fumoirs et dans les établissements fumeurs de certains cantons, ainsi que les surfaces de banalisation derrière les caisses des *shops*, ouverts 24 h/24, et des kiosques continueront à faire ce que la loi est censée prévenir. Les jeunes, dotés d'un sens

infaillible pour les messages doubles, percevront que fumer est banal. Et les «événements nationaux» aux quels le *sponsoring* sera permis, contribueront à renforcer l'ambivalence dans un soi-disant «message de prévention». Les jeunes footballeurs, coachés pendant la semaine par leurs entraîneurs pour pratiquer un sport sans fumée, auront le droit de se présenter pour le match avec le logo du cigarettier!

De plus, comment distinguera-t-on une manifestation «nationale» d'un événement «international»? Un tournoi amical de football, ou un concert open air avec une star internationale, sponsorisés par exemple dans la campagne lucernoise par Japan Tobacco, sont-ils des manifestations internationales? ou est-ce seulement le cas, si un groupe de sportifs ou de musiciens alsaciens y participait? On est en droit de penser, que les manifestations internationales s'adresseront uniquement à des adultes. Dans une société de consommation qui subit l'information, la désinformation, la publicité et la promotion, toutes orchestrées en fonction des conditions locales et nationales par des acteurs économiques planétaires, les «exceptions» de ce genre garantissent l'inefficacité de la mesure préconisée par le Conseiller Fédéral.

Il paraît cohérent, dans la projet de loi, que *les e-cigarettes soient assimilés à des Cigarettes tabac*. Toutefois, que la loi LPTab soit applicable uniquement pour les e-cigarettes contenant la nicotine, rend l'interdiction de publicité pour l'e-cigarette peu utile et peu crédible. D'un côté la majorité des «vapoteurs» utilisent des liquides nicotiques, mais cette utilisation ne se distingue ni par son aspect, ni par sa manipulation d'autres cigarettes électroniques. D'autre part, l'industrie emploie ces engins, tout comme les narguilés, les chichas etc. en visant les jeunes consommateurs. Nous pourrions donc nous attendre, que l'ancienne interdiction de publicité à la Radio et à la Télévision sera détournée, tout comme celle prévue dans la nouvelle loi pour d'autres médias: on verra des clips montrant des jeunes vapoteurs inviter leurs semblables à essayer l'«engin à la mode». Et on apercevra (ou pas) la mention, qu'il s'agit – évidemment – d'une cigarette électronique sans nicotine. Par ailleurs, ce type de tromperie est déjà utilisé ces jours-ci dans la publicité télévisée pour des marques de bières, qui font la promotion de la bière sans alcool! Ici, le projet de loi ignore totalement le rôle attribué astucieusement à la cigarette électronique destiné à servir à la re-normali-

Correspondance:
Dr Rainer M. Kaelin
2, place Hôtel de Ville
CH-1110 Morges

rmkaelin[at]sunrise.ch

sation de la fumée dans l'environnement audiovisuel d'aujourd'hui.

Conscient, que le projet de loi Berset est insatisfaisant, le Conseil Fédéral tente de camoufler les demi-mesures mentionnées en les qualifiant de «mesures modérées». Il demeure toutefois clair que nos autorités ont cédé aux pressions des cigarettiers. Ainsi, les exceptions concédées torpillent l'objectif déclaré, la protection de la jeunesse. Clairement, le projet de loi rate son but. Les autorités fédérales s'approprient, à nouveau, à tromper le public, comme c'était le cas avec la loi fédérale alibi de la protection contre la fumée passive [1]. Le nombre de fumeurs, en Suisse, stagne autour de 27%. Ce chiffre est environ le double de ce qu'on constate en Australie, où les mesures structurelles visent depuis longtemps et systématiquement la dé-normalisation de la fumée (sans interdire ni de fumer, ni le tabac). Hélas, derrière les chiffres se cache le fait inquiétant que la part des jeunes fumeurs en Suisse augmente. De toute évidence, les investissements de l'industrie en faveur du sponsoring ont du succès. Et ceci exactement dans le segment de la population, dans lequel la prévention aurait l'effet le plus durable. On ne peut que déplorer que «les règles supportables pour l'industrie» du projet de loi retentissent, comme un applaudissement pour celle-ci, capable d'avoir déjoué les efforts de prévention de l'Etat.

Il y a déjà dix ans, que notre ministre de la santé d'alors Pascal Couchepin signa la *convention cadre pour le contrôle du tabagisme de l'OMS*. Cette législation internationale multilatérale, ratifiée par la plupart des pays du monde (la Suisse avec quelques rares pays reste une exception) oblige les partenaires de légiférer non seulement sur le produit mortel qu'est le tabac, mais également de mettre des barrières aux comportements de l'industrie liée à ce toxique, et qui est à l'origine du problème de santé publique. La convention stipule que le bien de la santé doit primer sur des intérêts économiques particuliers. En effet «le tabagisme avec son cortège de décès est le paradigme d'une épidémie industrielle, causée par la recherche du profit de firmes transnationales, au dépens de la santé des citoyens et des comptes des Etats» [2]. On rappellera aux directions cantonales de la santé, aux autorités fédérales et aux parlementaires qui décideront de la LPTab, que depuis des siècles les épidémies sont combattues par des mesures qui entravent la diffusion et la mobilité des vecteurs de la maladie. Une loi sur les produits du tabac inefficace pourra conduire à une situation perverse: notre parlement fédéral ratifiera la convention cadre

de l'OMS sur le tabac, au mépris de son esprit et de son contenu.

Les organisations médicales, de la santé et de la prévention, ainsi que les médias sont encouragés à œuvrer pour une société, dans laquelle fumer n'est plus la norme, en démasquant toute désinformation sur les effets du tabac par un travail de conviction basé sur des évidences scientifiques. C'est pourquoi il n'est pas honnête d'appeler le projet de la LPTab «un pas dans la bonne direction». La population suisse a le droit à une information véridique et complète. C'est spécialement vrai, quand il s'agit de la «séduction» de nos enfants par le *sponsoring* d'une industrie, pour laquelle le bien commun de la société n'a jamais été un soucis ni démontré ni évident.

Le comité de «Médecins de famille Suisse» soutient le contenu de cet article; il correspond à la position de l'organisation professionnelle prise en réponse à la mise en consultation du projet de loi.

Co-signataires:

Prof. émérité. Jean-Claude Chevrolet, ancien médecin chef des soins intensifs HCUGE, Genève;

Dr. med. Gerhard Ernst, Facharzt für Allgemeinmedizin, Himmelried;

Dr. med. Hanspeter Faes, Facharzt für Allgemeinmedizin, Ärzte-Gesundheitszentrum Lägern, Ehrendingen;

Dr. med. Alexander Möller PD, Leitender Arzt Pneumologie Kinderspital Zürich;

Dr Reto Olgiati, Médecine interne et Pneumologie, Délémont;

Dr. med. Helmut Oswald, Leitender Arzt Pneumologie Kantonsspital Winterthur;

Dr. med. Erich Stritt, Facharzt für Kinder und Jugendliche, Belegarzt Neonatologie Dalerspital, Schularzt, Dürdingen;

Prof. émérité. Jean-Marie Tschopp. Ancien médecin chef Centre valaisan de Pneumologie, Montana;

Dr Christophe Uldry, Pneumologie, médecin chef Hôpital de Rolle;

Dr. med. Alice Zürcher, Pneumologie, Oberärztin Spital Uster;

Dr Jean Claude Zellweger, PD, Pneumologie, Fribourg

Références

- 1 Kaelin R.M. Prévention et crédibilité des politiciens, un champs de mines. Bull Méd Suisses. 2012;93(23): 873-8.
- 2 Bulletin épidémiologique hebdomadaire français. Mai 2013.