



Fiche d'information

Date :

11 novembre 2015

Nouvelle loi sur les produits du tabac : ce qui change

Contexte

Afin de préserver la population et tout particulièrement les enfants et les adolescents des effets nocifs du tabagisme, le Conseil fédéral a approuvé une stratégie globale de prévention, le Programme national tabac, dont la mise en œuvre incombe à l'Office fédéral de la santé publique (OFSP). Deux aspects de cette stratégie sont inscrits dans la nouvelle loi sur les produits du tabac : la restriction de la publicité, de la promotion et du parrainage en faveur du tabac et l'interdiction de vente aux mineurs.

Ces mesures s'intègrent dans le cadre de la stratégie globale « Santé2020 » approuvée par le Conseil fédéral. Cette stratégie vise à renforcer la prévention et la promotion de la santé afin de réduire l'incidence des maladies non transmissibles, telles que le cancer, les maladies cardio-vasculaires et les maladies des voies respiratoires. Le tabagisme favorisant l'apparition de nombre de ces maladies, la nouvelle loi sur les produits du tabac constituera un instrument important pour atteindre ces objectifs tout en freinant la hausse des coûts de la santé.

Jusqu'à présent, les produits du tabac tombaient sous le coup de la loi sur les denrées alimentaires (LDAI). Sa révision offre aujourd'hui l'opportunité de leur consacrer une loi spécifique applicable à toute la Suisse, et de rapprocher notre législation de ce qui se fait à l'étranger. Actuellement, la réglementation suisse en matière de publicité, de promotion, de parrainage et d'interdiction de vente est en effet nettement plus permissive que celle de nos voisins. A noter que nombre de cantons ont déjà renforcé leur législation au cours de ces dernières années.

Publicité et promotion des ventes : davantage de restrictions

Selon le projet présenté, la nouvelle loi prohibera la publicité en faveur du tabac dans l'espace public (affichages), dans les médias imprimés et sur l'Internet ainsi que dans les cinémas. La publicité à la radio et à la télévision demeurera interdite (loi fédérale sur la radio et la télévision ; LRTV), de même que toute publicité qui s'adresse spécialement aux jeunes de moins de 18 ans.

La distribution d'échantillons gratuits et la remise de cadeaux ne seront plus tolérées, tout comme le parrainage d'activités et de manifestations internationales ou ayant des effets transfrontaliers. L'activité économique de l'industrie du tabac ne sera toutefois limitée que dans la mesure où la protection de la jeunesse l'exige : ainsi, la publicité dans les points de vente et dans les publications spécialisées, le publipostage à destination des adultes et le parrainage de manifestations nationales demeureront autorisés.

Informations complémentaires :

Office fédéral de la santé publique, division Communication et campagnes, section Communication, <mailto:media@bag.admin.ch>, www.ofsp.admin.ch

Publication également disponible en allemand et en italien.

Harmonisation de la limite d'âge

La nouvelle loi interdira la remise et la vente de produits du tabac aux mineurs dans toute la Suisse. A l'heure actuelle, la législation cantonale en la matière est très hétérogène : tandis que quatre cantons ne prévoient aucune limite d'âge, dix cantons la fixent à 18 ans et douze à 16 ans.

Cigarettes électroniques

Les cigarettes électroniques, les cigares électroniques et les narguilés (pipes à eau) électroniques contenant de la nicotine ainsi que les liquides de remplissage correspondants seront désormais assimilés aux produits du tabac traditionnels. Jusqu'à présent, ces produits étaient qualifiés d'objets usuels. Bien que les cigarettes électroniques ne contiennent pas de tabac, elles comportent dans de nombreux cas de la nicotine et sont consommées de la même manière que les produits du tabac. Pour l'heure, seules peuvent être commercialisées en Suisse les cigarettes électroniques ne contenant pas de nicotine. La nouvelle loi lèvera l'interdiction de vente qui frappe les cigarettes électroniques avec nicotine : elles seront désormais soumises aux mêmes prescriptions que les produits du tabac traditionnels et les consommateurs pourront se les procurer en Suisse en toute légalité. Inclure les cigarettes électroniques avec nicotine dans le champ d'application de la loi sur les produits du tabac permettra de garantir à leurs consommateurs davantage de qualité et de sécurité.

Informations complémentaires :

Office fédéral de la santé publique, division Communication et campagnes, section Communication, media@bag.admin.ch,
www.ofsp.admin.ch

Publication également disponible en allemand et en italien.

Aperçu des principales modifications prévues (au niveau fédéral)

Publicité et promotion	Présent (LDAI)	Futur (LPTab)	Allemagne	France
Publicité en faveur du tabac à la radio/TV				
Publicité en faveur du tabac qui s'adresse spécialement aux jeunes				
Remise de produits promotionnels gratuits (T-shirts, etc.) aux jeunes				
Remise d'échantillons gratuits				
Octroi de rabais		Partiellement autorisé		
Affichage publicitaire				
Annonces dans la presse				
Spots publicitaires au cinéma				
Publicité sur l'Internet				
Promotion directe par des hôtesse				
Publipostage destiné aux adultes				
Publicité sur des articles de consommation courante				
Publicité sur des produits de diversification				
Parrainage de manifestations internationales				
Parrainage de manifestations nationales				
Publicité dans les points de vente				
Vente de tabac aux mineurs	Présent	Futur	DE	FR
Vente aux moins de 18 ans				
Cigarettes électroniques	Présent	Futur	DE	FR
Vente de cigarettes électroniques (appareil)				
Vente de cartouches sans nicotine				
Vente de cartouches avec nicotine				
Publicité pour les cigarettes électroniques		id. prod. du tabac	idem produits du tabac	
Points de vente	Présent	Futur	DE	FR
Distributeurs automatiques				

■ autorisé ■ interdit

N. B. Les réglementations édictées au niveau fédéral fixeront des minimas contraignants dans la Suisse entière. Les cantons resteront toutefois libres d'édicter des dispositions plus strictes concernant la publicité, la promotion des ventes et le parrainage. Certains cantons se sont d'ailleurs déjà dotés de réglementations plus sévères.

Informations complémentaires :

Office fédéral de la santé publique, division Communication et campagnes, section Communication, media@baq.admin.ch, www.ofsp.admin.ch

Publication également disponible en allemand et en italien.

Restriction de la publicité pour le tabac

Restreindre la publicité pour protéger les jeunes

Toute une série de facteurs influencent la consommation de tabac, parmi lesquels la publicité. Celle-ci peut revêtir de nombreuses formes : publicité à la télévision et à la radio, dans la presse, par voie d'affichage, sur les emballages et dans les lieux de vente, mais aussi parrainage d'événements, placement de produits, programmes de fidélisation, concours et échantillons gratuits.

Cette publicité joue un rôle significatif quant à la décision des jeunes de commencer à fumer. Par ailleurs, ils se sentent également interpellés par la publicité destinée de prime abord aux adultes. Plusieurs études ont montré que restreindre la publicité pour le tabac pouvait diminuer sensiblement la consommation de tabac au sein de la population et notamment chez les jeunes.

Ainsi, une étude à grande échelle menée en Allemagne a révélé que les jeunes avaient tendance à commencer à fumer lorsqu'ils sont exposés à de la publicité pour le tabac : le risque de commencer à fumer augmente alors de 46 %.¹ Il ressort également d'une enquête réalisée sur mandat de la Banque mondiale que la consommation de cigarettes par habitant a diminué beaucoup plus fortement sur une période de dix ans dans les pays interdisant toute publicité pour le tabac que dans les pays comparables où aucune restriction de ce type n'a été mise en place.² Enfin, plusieurs études menées aux États-Unis et en Allemagne ont démontré que les jeunes exposés à des films dont les protagonistes fument présentent deux fois plus de risques de commencer à fumer que ceux qui visionnent des films sans fumée.³

L'Organisation mondiale de la santé (OMS) prône l'interdiction totale de la publicité en faveur du tabac, car cette dernière délivre un message positif qui pousse les consommateurs, en particulier les enfants et les adolescents, à gravement sous-estimer voire à ignorer les risques que présente le tabagisme pour la santé. De nombreux États ont déjà adopté une telle interdiction.

Restriction de la publicité dans le projet de loi sur les produits du tabac

Le projet de loi sur les produits du tabac vise à réduire l'exposition des enfants et des adolescents à la publicité pour le tabac : celle-ci ne sera plus autorisée dans l'espace public (par voie d'affichage ou sur les transports publics), dans la presse, sur l'Internet ni au cinéma. Elle demeurera également prohibée à la radio et à la télévision. Ces restrictions répondent aux exigences minimales de la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac, mises en œuvre dans la plupart des pays au monde.

L'industrie du tabac restera libre d'informer les consommateurs adultes, par exemple au moyen de publicité sur les lieux de vente ou dans les publications spécialisées, ou encore par le biais de publipostages ciblés. Le parrainage de manifestations à portée nationale demeurera également autorisé. A noter que divers pays, tels que des pays scandinaves, l'Angleterre, la France ou l'Autriche, prohibent aussi ces formes de publicité.

Restriction de la publicité au niveau cantonal

Plus de la moitié des cantons se sont déjà dotés d'une interdiction de la publicité en faveur du tabac dans l'espace public et, pour certains, au cinéma.

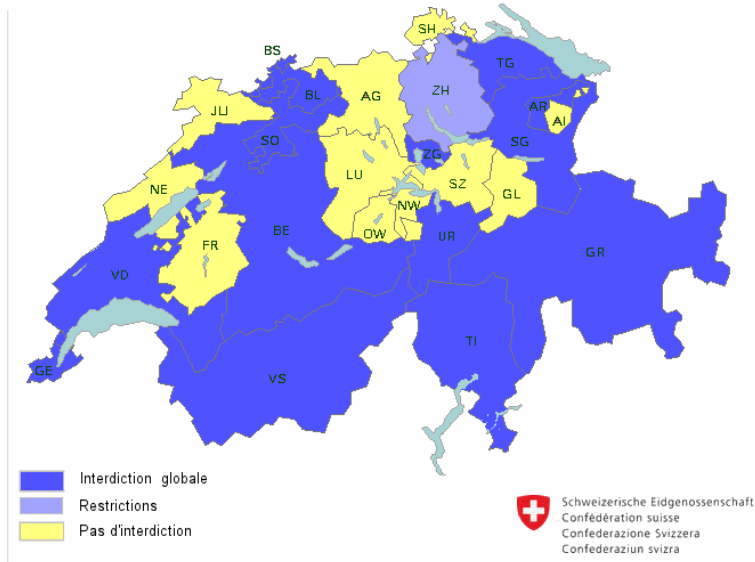
¹ Hanewinkel R. et coll. (2011), *Cigarette Advertising and Teen Smoking Initiation*, *Pediatrics*, 127, e271-e278.

² Office fédéral de la santé publique (2014), Informations de base concernant la publicité pour le tabac. http://www.bag.admin.ch/themen/drogen/00041/00612/00765/index.html?lang=fr&download=NHZLpZeg7t,lnp6lO,NTU042l2Z6ln1ae2lZn4Z2qZpnO2Yug2Z6gpJCLeYF5gWym162epYbg2c_JjKbNoKSn6A--

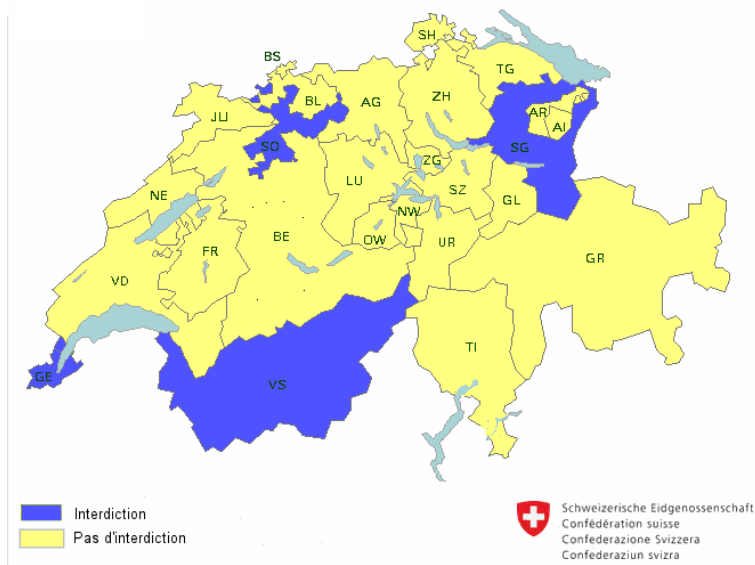
³ Dalton M.A. et coll. (2003), *Effect of Viewing Smoking in Movies on Adolescent Smoking Initiation; a Cohort Study*, *Lancet*, 362, 281-285. Sargent J.D. et coll. (2005), *Exposure to Movie Smoking: its Relation to Smoking Initiation among US Adolescents*, *Pediatrics*, 116, 1183-1191.

Les graphiques ci-après montrent quels cantons restreignent déjà la publicité pour le tabac. Dans la plupart des cas, les réglementations visent l'affichage dans l'espace public. Beaucoup de cantons très peuplés ont adopté de telles mesures, si bien que plus de 80 % de la population n'est plus aujourd'hui exposée à la publicité pour le tabac dans l'espace public. Quelques cantons, bien moins nombreux, interdisent également la publicité en faveur du tabac au cinéma ou le parrainage de manifestations.

Interdictions d'affichage publicitaire dans les cantons



Interdiction de publicité dans les cinémas dans les cantons



Aucun canton n'a en revanche édicté de restriction visant les annonces publiées dans la presse ou la publicité sur l'Internet : pour des raisons évidentes, seule une réglementation applicable sur l'ensemble du territoire peut résoudre ce problème.

Informations complémentaires :

Office fédéral de la santé publique, division Communication et campagnes, section Communication, media@bag.admin.ch,

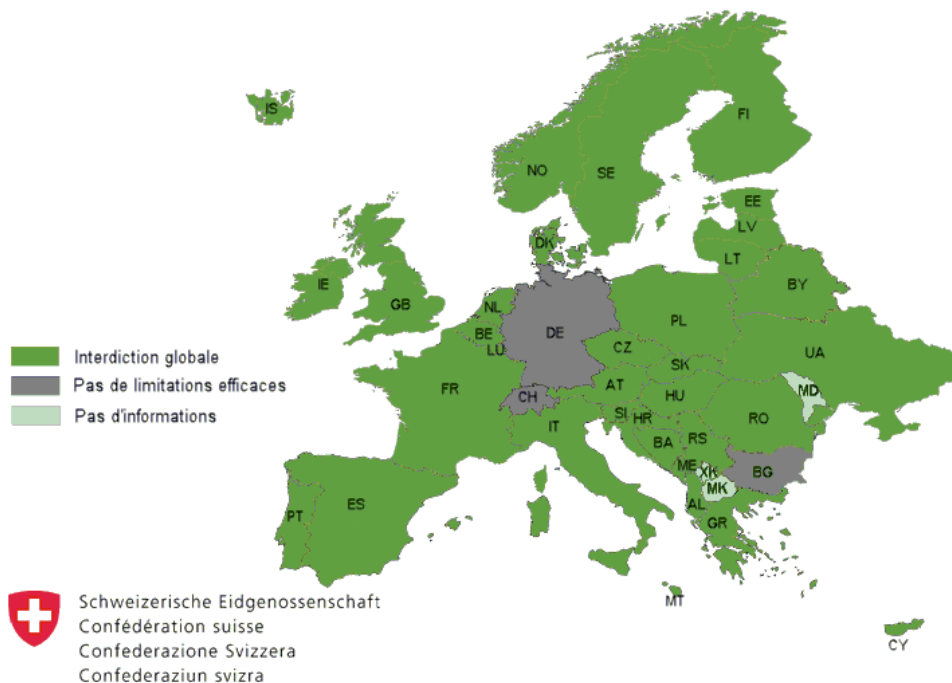
www.ofsp.admin.ch

Publication également disponible en allemand et en italien.

Restriction de la publicité en Europe

Tous les États membres de l'UE prohibent la publicité en faveur du tabac dans les médias imprimés, à la radio et à la télévision, ainsi que le parrainage de manifestations ayant des effets transfrontaliers. Par ailleurs, aucun pays européen à l'exception de l'Allemagne, de la Bulgarie et de la Suisse ne tolère l'affichage publicitaire dans l'espace public.

Limitation de la publicité extérieure pour le tabac



Des interdictions de la publicité pour le tabac sont conformes à la Constitution

Un recours de droit public a été déposé au Tribunal fédéral à la suite de la décision du canton de Genève en 2000 d'interdire la publicité pour le tabac et l'alcool pour tout affichage visible depuis le domaine public. Le jugement de mars 2002 confirme que dans le cas d'espèce l'interdiction cantonale de la publicité pour le tabac ne contrevenait pas aux droits fondamentaux en matière de liberté d'opinion, de liberté économique et de garantie de la propriété.

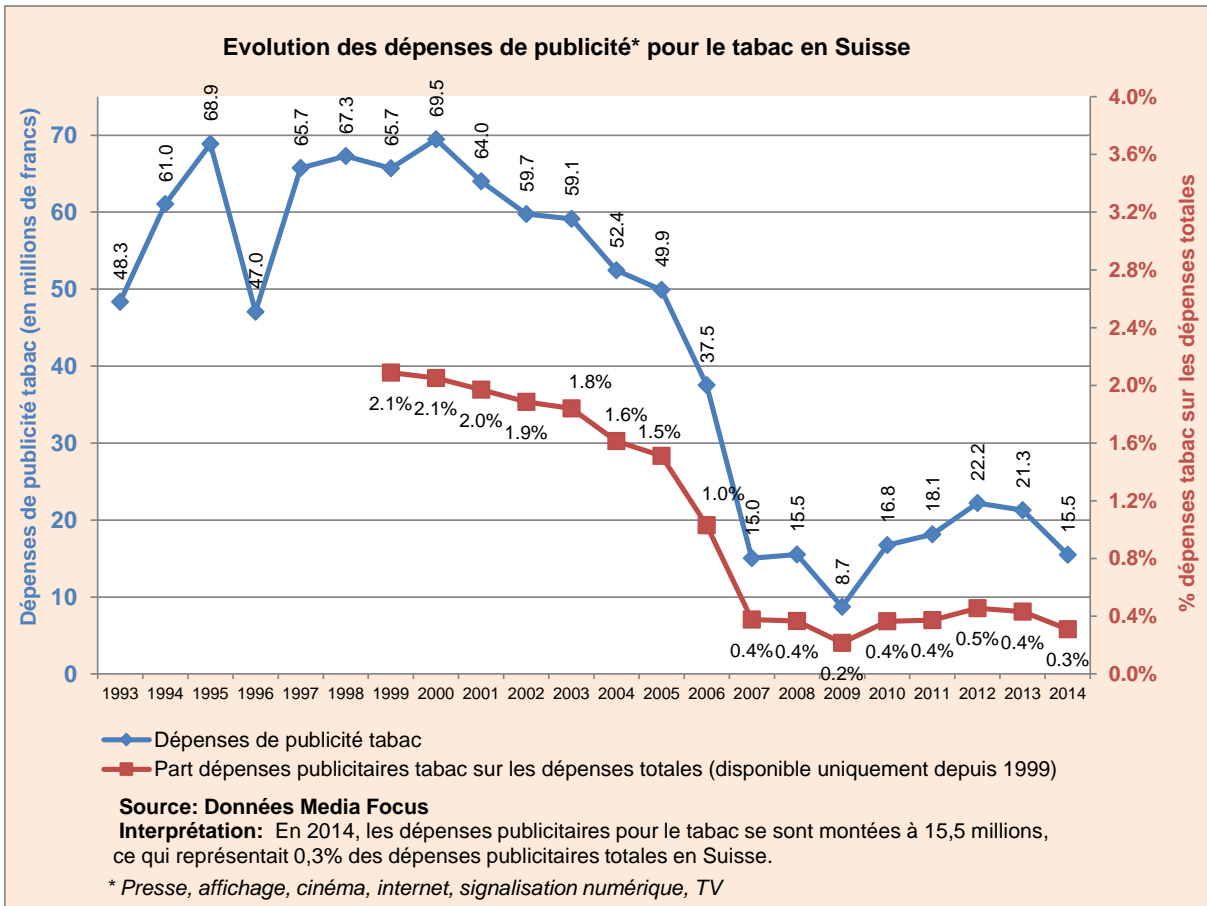
Incidence économique de la restriction de la publicité dans les médias

L'introduction de nouvelles restrictions de la publicité a des répercussions sur le chiffre d'affaires des entreprises actives dans ce domaine. En 2014, l'industrie du tabac a dépensé en Suisse au total 15,5 millions de francs pour la publicité, soit 0,3 % du chiffre d'affaires total que les médias tirent de la publicité.

Informations complémentaires :

Office fédéral de la santé publique, division Communication et campagnes, section Communication, media@bag.admin.ch,
www.ofsp.admin.ch

Publication également disponible en allemand et en italien.



Très élevés dans les années 90, les montants consacrés à la publicité pour le tabac ont diminué drastiquement à partir de 2000 pour être au plus bas en 2009 (8,7 millions de francs). Une augmentation a ensuite été observée jusqu'en 2012, suivie d'une nouvelle baisse. Les montants actuels sont quatre fois plus bas que ceux observés en 2000.

La part que représentent ces montants sur la totalité des dépenses publicitaires en Suisse a également chuté, passant de 2,1 % en 2000 à 0,3 % en 2014, pourcentage plus ou moins stable depuis 2007.

A noter que ne sont considérés ici que les médias faisant l'objet d'une diffusion à partir de la Suisse. Il faut également relever que les dépenses publicitaires aux points de vente sont très partiellement prises en considération dans la catégorie « signalisation numérique »⁴.

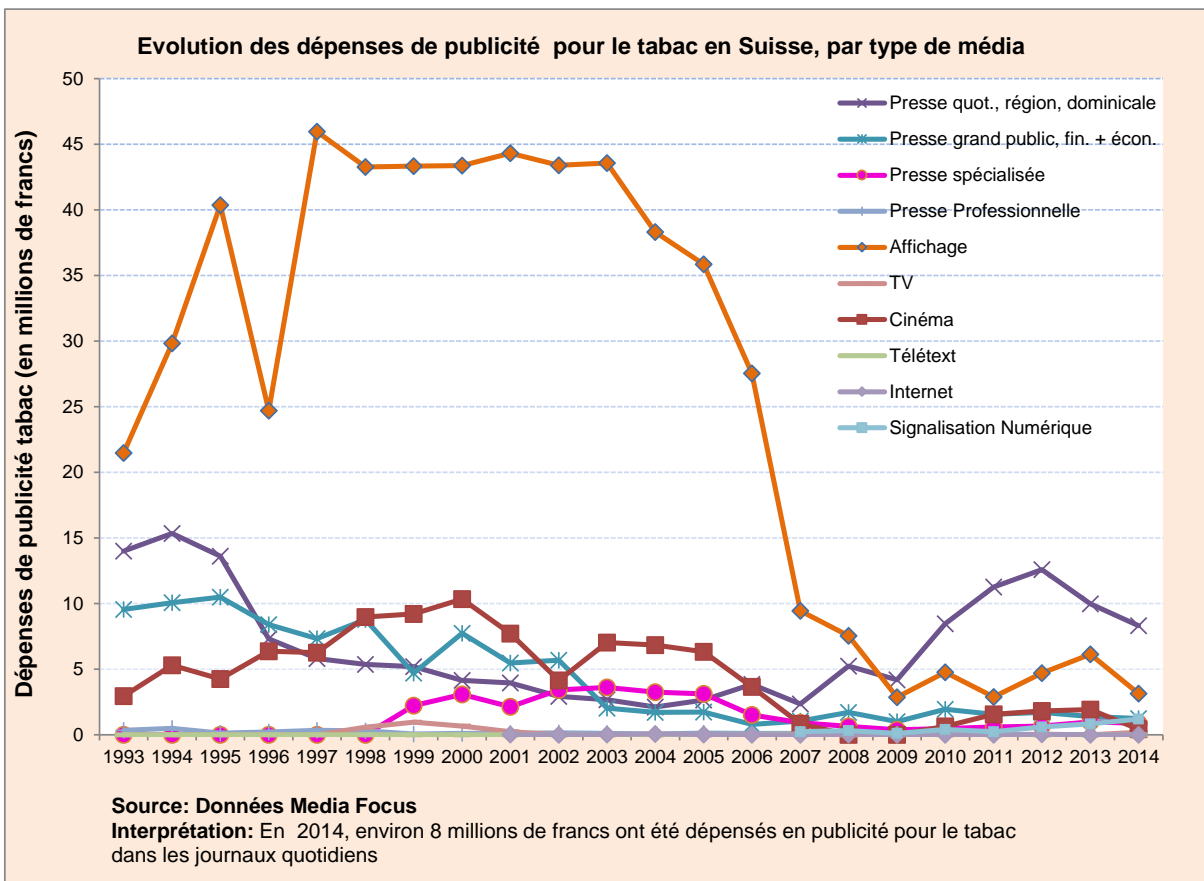
⁴ Grands panneaux d'affichage numériques dans les principaux points de vente (gares, manifestations, stades).

Informations complémentaires :

Office fédéral de la santé publique, division Communication et campagnes, section Communication, media@bag.admin.ch,

www.ofsp.admin.ch

Publication également disponible en allemand et en italien.



Les dépenses publicitaires en Suisse diminuent pour presque tous les types de médias considérés. Seul un nouveau média, la signalisation numérique⁵, pour lequel les données concernées sont recueillies depuis 2007, montre une augmentation des dépenses ; ces dernières restent toutefois à un niveau bas.

L'affichage a longtemps constitué le principal média publicitaire, entraînant des dépenses annuelles allant jusqu'à 45 millions de francs. Ces montants ont diminué progressivement à partir de 2003 mais la baisse a été nette dès 2005-2006 suite à l'interdiction d'affichage introduite dans un grand nombre de cantons.

Depuis 2009, la presse quotidienne, régionale hebdomadaire et dominicale est devenue le principal support publicitaire pour les produits du tabac, avec environ 8 millions de francs dépensés en 2014 (représentant 54 % des dépenses). Les montants consacrés à ce média ont légèrement diminué avant 2004, puis ont à nouveau augmenté jusqu'en 2012 ; depuis, on constate toutefois un recul. A noter que depuis 2003, la publicité de 70 sites Internet suisses importants est intégrée dans les analyses (Données Media Focus).

Informations complémentaires sur les restrictions publicitaires :

<http://www.bag.admin.ch/themen/drogen/00041/00612/00765/index.html?lang=fr>

⁵ Grands panneaux d'affichage numérique.

Informations complémentaires :

Office fédéral de la santé publique, division Communication et campagnes, section Communication, media@bag.admin.ch,

www.ofsp.admin.ch

Publication également disponible en allemand et en italien.

Interdiction de vente aux jeunes de moins de 18 ans

L'interdiction de vente : une mesure pour la protection de la jeunesse

57 %⁶ environ des adultes qui fument ont commencé avant l'âge de 18 ans. Diverses études le montrent : les personnes qui n'ont pas commencé à fumer avant cet âge ne fument généralement jamais. Avant l'âge de 18 ans, le cerveau n'est pas encore totalement mature. Il est alors plus sensible à la nicotine que le cerveau adulte. Les jeunes développent donc plus vite une dépendance à la nicotine et il leur est par la suite difficile de se désintoxiquer. Seule une petite partie d'entre eux parviennent à arrêter de fumer et le taux de récurrence est élevé.

Domages considérables pour la santé chez les jeunes

Les conséquences sur la santé d'une personne qui a commencé de fumer dans sa jeunesse peuvent être particulièrement graves : retard de croissance, capacité pulmonaire réduite et augmentation de la probabilité de souffrir d'asthme. Chez les jeunes, les fumeurs souffrent plus fréquemment que les non-fumeurs de troubles respiratoires et sont généralement en moins bonne condition physique.

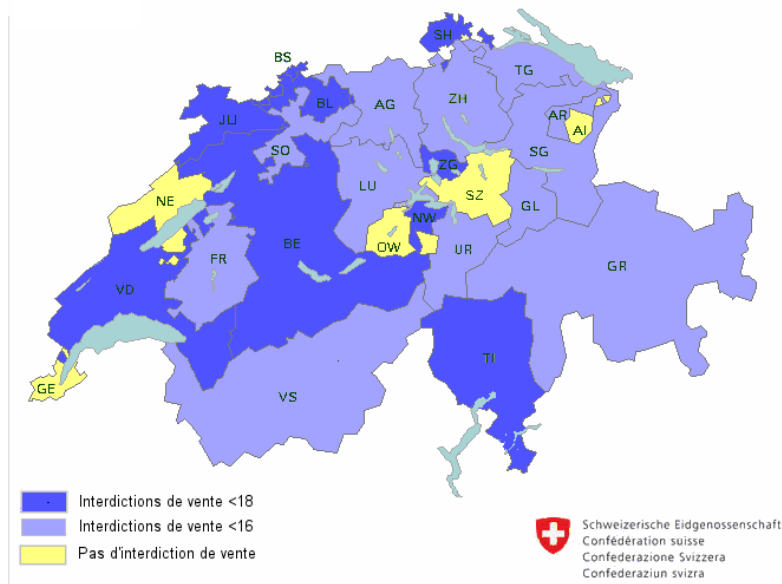
Des contrôles de l'âge pour protéger les jeunes

L'interdiction de vente aux mineurs imposera de vérifier systématiquement l'âge de l'acheteur dans les points de vente et aux distributeurs automatiques. Pour contrôler le respect de l'âge minimal, des achats-tests seront effectués avec le concours de mineurs, comme cela se fait déjà pour l'alcool.

L'âge minimal : déjà une réalité dans de nombreux cantons

La plupart des cantons se sont déjà dotés de lois interdisant la vente de cigarettes aux jeunes de moins de 16 ou de 18 ans. La majeure partie de la population est donc déjà habituée à ces prescriptions. L'introduction d'une interdiction nationale de vente aux jeunes de moins de 18 ans permettra d'harmoniser les différentes dispositions cantonales.

Interdictions de vente pour les jeunes dans les cantons



⁶ Gmel G., Kuendig H., Notari L., Gmel C. (2014). Monitoring suisse des addictions : consommation d'alcool, tabac et drogues illégales en Suisse en 2013. Addiction Suisse, Lausanne, Suisse

Informations complémentaires :

Office fédéral de la santé publique, division Communication et campagnes, section Communication, media@bag.admin.ch,

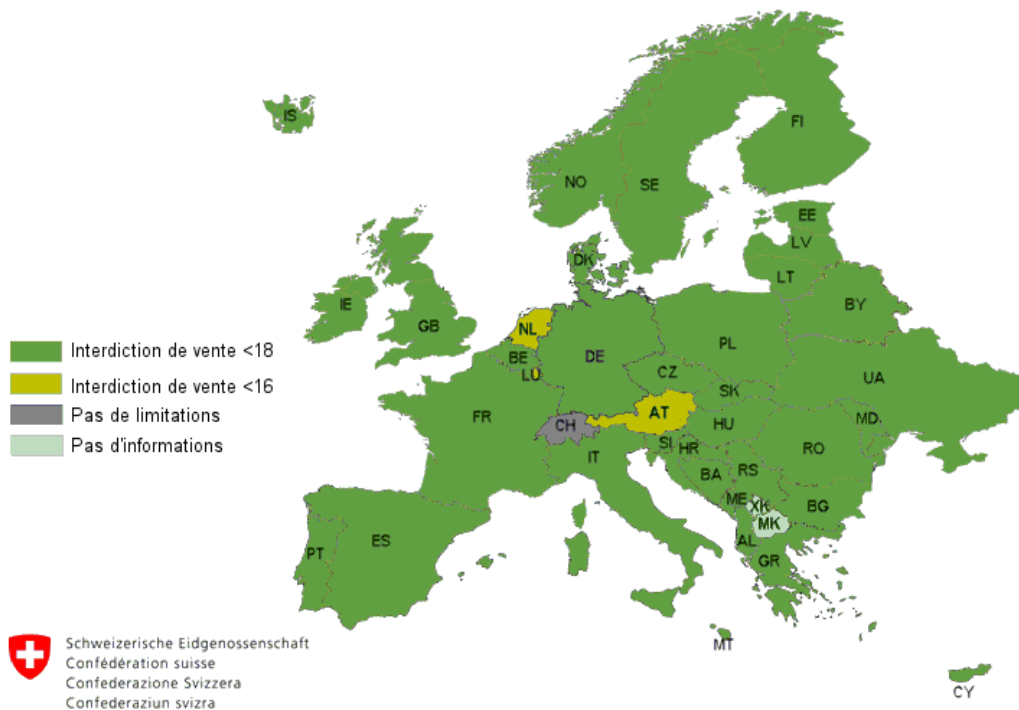
www.ofsp.admin.ch

Publication également disponible en allemand et en italien.

Interdiction de vente aux mineurs : la norme en Europe

L'interdiction de vente aux moins de 18 ans s'est largement imposée en Europe. C'est également ce que préconise la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac.

Interdictions de vente des produits du tabac aux jeunes



Informations complémentaires concernant les interdictions de vente :

<http://www.bag.admin.ch/themen/drogen/00041/00612/00763/index.html?lang=fr>

Informations complémentaires :

Office fédéral de la santé publique, division Communication et campagnes, section Communication, media@bag.admin.ch,

www.ofsp.admin.ch

Publication également disponible en allemand et en italien.

Cigarettes électroniques : un nouveau statut juridique

Nocivité de la cigarette électronique

Les cigarettes électroniques ne contiennent pas de tabac : elles comportent un liquide destiné à être inhalé et sont consommées de la même manière que les produits du tabac. Les cigares électroniques et les narguiliés électroniques relèvent de la même catégorie de produits.

D'après ce que nous savons actuellement, la cigarette électronique est beaucoup moins nocive que la cigarette dite traditionnelle, qui contient du tabac. Toutefois, l'OFSP recommande la prudence, car les répercussions sanitaires à long terme sont encore très mal connues. Notamment, la vapeur émise par certaines cigarettes électroniques avec ou sans nicotine renferme des substances cancérigènes (aldéhydes). Par ailleurs, la consommation régulière de cigarettes électroniques contenant de la nicotine peut, tout comme celle de cigarettes traditionnelles, induire une dépendance.

Modification du statut juridique

Dans la LDAI la cigarette électronique est actuellement qualifiée d'objet usuel destiné à un usage oral. S'il est pour l'heure interdit de commercialiser en Suisse celles contenant de la nicotine, ces dernières entreront désormais dans le champ d'application de la nouvelle loi sur les produits du tabac et seront mises sur le même plan que les produits du tabac, comme c'est déjà le cas pour les autres produits contenant des succédanés de tabac (tels que les cigarettes aux herbes). Leur commerce sera ainsi autorisé, mais elles seront également concernées par l'interdiction de vente aux mineurs et par d'autres restrictions.

Les cigarettes électroniques sans nicotine constituent une exception puisqu'elles n'entreront pas dans le champ d'application de la loi sur les produits du tabac. Le Conseil fédéral sera toutefois habilité à étendre l'application de certaines dispositions de cette loi à ces produits si cela s'avère nécessaire pour des raisons sanitaires.

Nécessité de protéger la jeunesse

Les cigarettes électroniques et les narguiliés électroniques contiennent des substances aromatiques sucrées qui peuvent attirer les enfants et les adolescents. Il est à craindre qu'ils incitent les jeunes à passer ensuite à la cigarette traditionnelle. En outre, les produits qui contiennent de la nicotine peuvent créer une dépendance.⁷ Il est donc prévu d'interdire la vente de cigarettes électroniques contenant de la nicotine aux mineurs, afin de protéger la jeunesse.

Loi sur la protection contre le tabagisme passif : extension aux cigarettes électroniques

Le champ d'application de la loi fédérale sur la protection contre le tabagisme passif sera étendu aux cigarettes électroniques, qu'elles contiennent de la nicotine ou non. Leur consommation dans les espaces fermés accessibles au public sera ainsi prohibée.

Les cigarettes électroniques qui contiennent de la nicotine en dégagent dans l'air ambiant. L'entourage peut alors l'inhaler. De plus, certaines cigarettes électroniques avec ou sans nicotine libèrent des substances cancérigènes (aldéhydes) dans l'environnement. Il n'est dès lors pas possible d'exclure tout risque sanitaire lié à l'inhalation passive de vapeur. Étendre le champ d'application de la loi fédérale sur la protection contre le tabagisme passif aux cigarettes électroniques avec et sans nicotine permettra ainsi de protéger efficacement les non-fumeurs.

Informations complémentaires sur les cigarettes électroniques :

<http://www.baq.admin.ch/themen/drogen/00041/14572/index.html?lang=fr>

⁷ Deutsches Krebsforschungszentrum (2014), *Informationen für Schulen: E-Zigaretten und E-Shishas*.