

Initiative populaire fédérale

«OUI à la protection des enfants et des jeunes contre la publicité pour le tabac»



La publicité pour le tabac cible les jeunes.
Empêchez la manipulation ciblée !

enfantssanstabac.ch | wecollect.ch
Dons : IBAN CH 18 0900 0000 3000 4681 8 KST : 1606/Tabac

Protection des enfants contre la publicité pour le tabac – faits et chiffres

Barbara Weil

Cheffe de la division Santé publique de la FMH

Fumer cause chaque année près de 9500 décès qui pourraient être évités en Suisse. Cela signifie que 25 personnes meurent chaque jour des suites de la consommation de tabac. La plupart des fumeurs commencent à l'adolescence, c'est donc là que la prévention doit intervenir en premier lieu. Une interdiction généralisée de la publicité, de la promotion et du parrainage en faveur du tabac serait un pas décisif pour réduire la consommation de tabac. Signez dès maintenant l'initiative populaire «Oui à la protection des enfants et des jeunes contre la publicité pour le tabac».

La plus forte proportion de fumeurs se retrouve chez les hommes de 25 à 34 ans (42%) et les femmes de 15 à 34 ans (30%). La part de mineurs qui fument est passée de 18,7% en 2012 à 20,7% en 2014. Les chiffres indiquent en même temps que, proportionnellement, le nombre de jeunes fumeurs masculins est de nouveau beaucoup plus élevé que celui des jeunes femmes: entre 15 et 25 ans, 36,2% des jeunes hommes fument contre 26,8% pour les femmes du même âge. L'écart entre les sexes a plus que doublé depuis 2012.

Avant de fumer, ces personnes ont toutes été des enfants, puis des adolescents et, tôt ou tard, elles sont entrées en contact avec le tabac. Plus ce contact a lieu tôt, plus le risque est grand qu'une simple expérience ludique se transforme en consommation quotidienne. La publicité est omniprésente. Les enfants et les adolescents côtoient de nombreux messages publicitaires,

y compris pour le tabac, que ce soit sur le chemin de l'école ou de leur lieu de formation. Tactiquement, la publicité est toujours bien placée, à la hauteur des yeux, à proximité des chewing-gums et des bonbons. L'étude de CIPRET-Vaud montre clairement que les jeunes constituent le groupe cible numéro un de l'in-

Chaque jour, 25 personnes meurent des suites de la consommation de tabac.

dustrie du tabac: les lieux choisis pour les activités de publicité ou de promotion (festivals de musique, discothèques, kiosques, etc.), le langage, le design et le visuel utilisés ne sont pas le fruit du hasard, mais d'une recherche minutieuse visant à atteindre un maximum de jeunes. Pour cela, les campagnes se déroulent là où les jeunes se trouvent; la cigarette est associée à des

En ce qui nous concerne

Les Editions Médicales Suisses EMH soutiennent la FMH, les pneumologues et mfe Médecins de famille et de l'enfance Suisse, ainsi que d'autres organismes de santé importants en Suisse dans la collecte de signatures pour l'initiative «Oui à la protection des enfants et des jeunes contre la publicité pour le tabac», qui appelle à une protection systématique des mineurs contre la publicité pour le tabac. L'espace publicitaire de l'initiative dans les revues EMH a été mis à la disposition du comité d'initiative à prix coûtant.

systemes de référence de leur âge (fête, prise de risque, vacances, flirt, liberté, succès, etc.); les jeunes ont la possibilité de gagner des cadeaux ou de vivre des expériences convoitées par leur groupe d'âge.

Diverses études scientifiques ont montré que la publicité pour le tabac incite à la première cigarette et influence aussi la transition à l'habitude régulière de

La santé de nos enfants relève de notre responsabilité personnelle.

fumer. La publicité impacte également le choix de la marque et la demande globale. D'autres études rappellent aussi que les enfants et les adolescents sont plus réceptifs à la publicité que les adultes et donc plus sensibles aux promesses de l'industrie du tabac. Affirmer que les enfants et les jeunes ne regardent délibérément pas la publicité pour le tabac et ne sont donc pas influencés relève du cynisme et d'un déni de réalité.

Parce que la plupart des fumeurs commencent à fumer à leur adolescence, une protection particulière doit être accordée aux enfants et aux jeunes. C'est aussi l'objectif déclaré de l'initiative populaire «Oui à la protection des enfants et des jeunes contre la publicité pour le tabac», qui vise à inscrire l'interdiction de la publicité dans la Constitution. Toute forme de publicité pour les produits du tabac qui cible les enfants et les jeunes devrait être interdite. En outre, l'article existant sur la promotion des enfants et des jeunes est complété par la protection de la santé.

Une interdiction généralisée de la publicité, de la promotion ou du parrainage du tabac est un moyen efficace de réduire la consommation de tabac et d'agir sur plus de 9000 décès qui pourraient être évités.

Allons-nous continuer de fermer les yeux?

Non, la santé de nos enfants relève de notre responsabilité personnelle; ne les laissons pas tomber!

Crédit photo

<http://enfantssanstabac.ch/> – initiative populaire fédérale «Oui à la protection des enfants et des jeunes contre la publicité pour le tabac»

Références

OFS: Les décès dus au tabac en Suisse entre 1995 et 2012

CIPRET-Vaud: <http://www.observatoire-marketing-tabac.ch/>

Signez dès maintenant l'initiative!
<http://enfantssanstabac.ch/>

Correspondance:
FMH
division Santé publique,
Elfenstrasse 18,
case postale 300,
CH-3000 Berne 15,
[public.health\[at\]fmh.ch](mailto:public.health[at]fmh.ch)