

Aktion für die Gesundheit

Komitee für ein Reklameverbot
für Alkohol und Tabak

Präsidenten des Patronatskomitees
Prof. Dr. med. Meinrad Schär, Nationalrat,
Zürich

Campagne pour la santé

Comité pour l'interdiction de la publicité
en faveur de l'alcool et du tabac

Présidents du comité de patronage
Mme Heidi Deneys, conseillère nationale,
La Chaux-de-Fonds

Azione per la salute

Comitato per l'interdizione della pubblicità
per le bevande alcoliche e il tabacco

Presidenti del comitato di patronaggio
Prof. Carlo Speziali, consigliere nazionale,
Locarno

Case postale 549
1001 Lausanne
Tél. (021) 26 23 25

CpS - Service de presse

février 1979/2

Lausanne, le 12 février 1979 HH/rr

Madame,
Monsieur,

A la fin de cette semaine, le peuple suisse décidera s'il désire interdire ou non la publicité pour l'alcool et le tabac.

Pour votre service d'information sur ces votations, c'est volontiers que nous vous transmettons la prise de position officielle de la Campagne pour la santé. Vous trouverez également, en annexe, les prises de position d'autres organisations qui soutiennent l'initiative visant à interdire la publicité pour l'alcool et le tabac et qui recommandent aux citoyens et citoyennes de voter OUI à cette initiative.

Nous vous serions bien évidemment très reconnaissants si vous pouviez publier ces arguments en faveur de l'initiative dans votre organe, afin que ceux qui soutiennent cet amendement constitutionnel puissent, comme les adversaires de l'initiative, faire connaître leurs positions.

D'avance nous vous en remercions et vous prions d'agréer, Madame, Monsieur, nos meilleures salutations.

CAMPAGNE POUR LA SANTE



Hannes Heldstab



L'ASN DIT OUI A L'INITIATIVE CONTRE LA PUBLICITE POUR LES PRODUITS QUI ENGENDRENT LA DEPENDANCE

L'Association suisse des non-fumeurs (ASN) dit oui à l'initiative contre la publicité pour les produits qui engendrent la dépendance. Elle a pris cette décision puisque le nouvel article sur le tabac n'a rien changé dans le domaine de la réclame pour les cigarettes. Il ne veut qu'apaiser le citoyen alarmé par l'augmentation de la consommation de cigarettes parmi les jeunes et les enfants. A cette occasion, l'ASN informe qu'en Norvège l'interdiction de la publicité a abouti à une sensible diminution de la consommation de cigarettes, tout spécialement parmi les jeunes. Cette initiative, poursuit l'ASN, concerne en particulier la réclame pour les cigarettes qui constitue deux tiers à peu près de la publicité pour les produits qui engendrent la dépendance.

*

LES ABSTINENTS FAVORABLES A L'INTERDICTION DE LA PUBLICITE POUR L'ALCOOL ET LE TABAC

L'Association des Sociétés d'Abstinentes suisses (ASA) recommande l'acceptation de l'initiative en faveur de l'interdiction de la publicité pour les produits engendrant la dépendance. Les organisations affiliées à l'ASA et leurs membres considèrent l'initiative comme un moyen précieux pour porter atteinte à la liberté de consommer et de choisir des Suisses. Ils estiment qu'il est irresponsable que les efforts consentis pour l'éducation de la santé soient, en grande partie, remis en question par la publicité pour l'alcool et le tabac.

L'ASA est particulièrement stupéfaite de voir les comparaisons élaborées par les opposants de l'initiative entre divers pays aux systèmes économiques différents. Les pays de l'Est ne se différencient pas uniquement de la Suisse par l'absence de publicité pour l'alcool, mais avant tout par son système social et économique. Il n'est pas possible de tirer des parallèles entre ce qui se passe dans ces pays et en Suisse, d'autant plus qu'aucune période ou population de contrôle n'existe pour juger de ce qu'entraînerait une éventuelle publicité dans ce pays.

Dans le seul pays comparable à la Suisse, la Norvège, où la publicité pour l'alcool et le tabac a été interdite, on a pu enregistrer une baisse sensible de la consommation, et ce particulièrement chez les jeunes. Ceci est un exemple pour la Suisse.

CAMPAGNE POUR LA SANTE: OUI A L'INITIATIVE DE LA PUBLICITE POUR L'ALCOOL ET LE
TABAC

La publicité pour l'alcool et le tabac s'adresse en grande partie et tout particulièrement à l'ensemble de la jeunesse. Cette dernière représente en effet les consommateurs de demain. La publicité est particulièrement efficace auprès de cette population vu que les jeunes, à la recherche de leur identité, sont facilement influençables. La révision partielle de la loi sur l'alcool et de l'article sur le tabac ne change rien à cet état de fait car elle ne prévoit que l'interdiction à la publicité de s'adresser directement aux mineurs. Elle le fait pourtant depuis bien longtemps de manière indirecte. Le Conseil fédéral l'admet lui-même dans son message: "La publicité est trop subtile pour avoir besoin de s'adresser directement à la jeunesse". Puisqu'il en est ainsi, l'interdiction de la publicité pour le tabac et l'alcool s'impose. Cela ne signifie nullement la mise sous tutelle du peuple suisse, mais la limitation de la liberté accordée avec trop de bienveillance aux producteurs de tabac et d'alcool.

Une interdiction de cette publicité entraînera une diminution de la consommation. L'exemple de la Norvège le prouve. Ceci est particulièrement vrai en ce qui concerne le comportement des jeunes face à la consommation d'alcool et de tabac. La diminution de la consommation signifie un abaissement des dommages et par là moins de pertes pour notre économie, pertes causées par les abus de tabac et d'alcool qui s'élèvent chaque année à plus de deux milliards de francs. Il est évident que l'interdiction de la publicité pour le tabac et l'alcool n'affranchira ni le fumeur invétéré ni l'alcoolique de sa toxicomanie, mais l'éducation à la santé sera plus efficace. En effet, les efforts consentis en faveur de cette éducation doivent, pour porter leurs fruits, être soutenus par une interdiction de la publicité pour l'alcool et le tabac. C'est avec ces arguments que la Campagne pour la santé recommande aux citoyens suisses d'accepter l'initiative en faveur de l'interdiction de la publicité pour l'alcool et le tabac.

CAMPAGNE POUR LA SANTE

Prof. Meinrad Schär,
conseiller national, Zurich

Le 18 février, à propos de l'initiative visant à interdire la publicité pour l'alcool et le tabac, il s'agira de prendre une position pour ou contre les graves dangers que court la santé. Ces importants dangers ne peuvent plus longtemps être combattus que par une seule discipline, par exemple la médecine. L'importance, aujourd'hui, est de créer une collaboration entre les différentes professions d'aide, c'est-à-dire la pédagogie, le travail social, la psychologie, la sociologie et la médecine. Ce n'est qu'à ce prix, et ce en rapport avec les spécialistes de la formation, que l'on pourra effectuer une prophylaxie des habitudes de consommation abusives qui nuisent à la santé.

C'est notre engagement à tous de trouver des moyens pour prévenir l'alcoolisme, les maladies cardio-vasculaires et les cancers du poumon.

Tout ce qui peut être entrepris dans ce domaine doit l'être. En effet, il s'agit avant tout de maladies atroces, souvent chroniques, qui entraînent des maux et des infirmités. Ces maladies, selon le début et l'intensité de la consommation d'alcool et de tabac, arrachent beaucoup trop d'hommes et de femmes à la vie, et ce dans leurs meilleures années. "Avec l'initiative visant à interdire la réclame pour le tabac et l'alcool, il ne s'agit que de publicité qui de toute façon est sans effet, et avec laquelle les producteurs n'essaient que de rendre leurs produits plus concurrentiels" pensent peut-être quelques-uns d'entre vous. Mais la publicité veut former les désirs des personnes qui ne consomment pas encore, suggérer leur bien-être et les mener, logiquement, à se décider en toute liberté.

Comme nous le montre l'exemple de la Norvège, pays où la publicité pour l'alcool et le tabac est interdite, la consommation, au cours de la première année, a diminué d'environ 5%. "Seulement 5%?" constatent peut-être les idéalistes. Mais: une diminution de 5% des décès dus au cancer et aux maladies cardio-vasculaires, signifie, transposée au niveau suisse, la diminution annuelle de centaines de victimes qui, étant enfants, se sont conformés, quant à leur comportement de consommateur, aux recommandations de l'industrie du plaisir!

Quiconque nie passivement ces faits, ne pourra plus, à l'avenir, se prétendre avocat de la santé publique, adversaire de l'explosion des coûts de la santé, conscient de la misère sociale.

Société suisse de médecine
sociale et préventive, le président:
Prof. Günther Ritzel, Bâle

Institut suisse de prophylaxie de l'alcoolisme (ISPA) :

L'interdiction de la publicité - une mesure efficace pour prévenir les problèmes dus à l'abus d'alcool

Comme le montre clairement l'enquête récemment menée par le Département de recherche de l'Institut suisse de prophylaxie de l'alcoolisme sur 3'451 écoliers, le pourcentage des enfants et adolescents qui fument et boivent régulièrement est très élevé dans notre pays, et c'est là une situation inquiétante. L'ISPA est certes conscient de ce que le comportement à risques élevés des jeunes à l'égard de la fumée et de l'alcool ne peut être imputé à la seule publicité, dont l'influence est cependant très importante. Les jeunes constituent en effet - comme le souligne le Conseil fédéral lui-même - la principale cible des publicitaires. C'est que les publicitaires comme les commerçants savent bien qu'un commencement précoce de consommation régulière donnera, par la suite, de bons consommateurs! C'est qu'ils savent aussi que la consommation de ces produits deviendra ainsi plus tard une habitude, et ces habitudes de consommation prises sont, elles, la source de gros bénéfices!

Ce sont ces consommateurs d'habitude et ces personnes dépendantes qui coûtent plus de 2'000 millions de francs chaque année à la collectivité, et donc à nous tous. Aussi l'Institut suisse de prophylaxie de l'alcoolisme est-il d'avis que notre politique de santé et, p. ex., nos appels en vue d'une éducation de la santé accrue dans les écoles ne seront pas crédibles aussi longtemps que tout ne sera pas entrepris pour empêcher que chaque année plus de 100 millions de francs soient investis dans une publicité qui rend vains ces efforts.

Il est évident - et l'ISPA en est conscient - qu'une interdiction de la publicité ne saurait constituer l'entière solution de tous les problèmes dus à l'alcool et au tabac. Les causes de ces graves problèmes médico-sociaux sont en effet multiples et diverses et il convient donc de prendre simultanément toute une série de mesures pour prévenir l'apparition de ces problèmes. Le 18 février, ce ne sont pas les autres mesures qui seront en jeu, mais bien l'interdiction de la publicité pour les produits qui engendrent la dépendance. L'ISPA est persuadé qu'un OUI à l'initiative est, simultanément, un OUI à la santé de nos enfants et une contribution importante à leur bien-être futur, chose particulièrement à sa place en cette année de l'enfance.