Limitation de la publicité en faveur du tabac

Informations et considérations de

I'ASSOCIATION TABAGISME AT

Berne, au mois de juin 1978

Association tabagisme
Case postale
3000 Berne 6

C O N T E N U

INTRODUCTION

Dans les mois à venir, il s'agira de décider en Suisse si et dans quelle mesure la publicité pour les produits qui engendrent la dépendance doit être restreinte. Par la présente brochure, l'ASSOCIATION TABAGISME voudrait contribuer à la formation d'une opinion objective.

LE FAIT DE FUMER EST-IL VRAIMENT NUISIBLE ?

En 1964 déjà, une commission d'experts instituée aux Etats-Unis et reconnue par les organismes de la santé et les représentants de l'industrie du tabac conclut que la fumée était la cause principale du cancer du poumon et qu'elle contribuait dans une mesure importante à la formation de plusieurs autres maladies (rapport dit "Terry"). Depuis lors, ces conclusions ont été confirmées, élargies et approfondies par des centaines d'enquêtes scientifiques. Les experts de l'Organisation mondiale de la Santé et les Académies de médecine de plusieurs pays ont confirmé l'assertion selon laquelle le fait de fumer était hautement nuisible à la santé ce qui est à peine mis en doute aujourd'hui par les spécialistes (1).

Le tableau suivant, tiré du rapport "Terry", donne un aperçu de l'ampleur du danger couru par le fumeur moyen (env. 15 cigarettes par jour), cette ampleur étant naturellement plus étendue chez les grands fumeurs.

---

(1) Cf. p.ex. "Smoking and its Effects on Health". Rapport du comité d'experts de l'O.M.S., Genève 1975, en particulier p. 7-17.

Cause de décès	Risque de mortalité	
	non-fumeur	fumeur de cigarettes
Cancer du poumon	1,0	10,8
Bronchite et emphysème	1,0	6,1
Cancer du larynx	1,0	5,4
Cancer de la bouche	1,0	4,1
Cancer de l'oesophage	1,0	3,4
Ulcères de l'estomac et de l'intestin	1,0	2,8
Maladies vasculaires (sans l'artériosclérose)	1,0	2,6
Cirrhose du foie	1,0	2,2
Cancer de la vessie	1,0	1,9
Maladies des coronaires	1,0	1,7
Autres maladies du coeur	1,0	1,7

Dans son message concernant l'initiative populaire "contre la publicité pour les produits qui engendrent la dépendance", le Conseil fédéral souscrit aux constatations ci-dessus:

"L'abus du tabac nuit principalement aux voies respiratoires (cancer du poumon et bronchite chronique) et aux artères coronaires du coeur. L'espérance de vie des grands fumeurs s'amenuise " (Message concernant l'initiative populaire "contre la publicité pour les produits qui engendrent la dépendance", du 22 mars 1978, p. 3; dénommé ci-après "message").

A titre d'illustration, il suffit d'indiquer que 2000 Suisses et Suissesses meurent du cancer du poumon par année. Environ 1700 à 1800 décès n'auraient pas lieu si l'influence du tabac était éliminée. Il ne fait dès lors pas de doute que la fumée met la santé en danger. Les essais de quelques scientifiques isolés, en partie financés par l'industrie du tabac, n'y changent rien. Le Prof. Dr Th. Abelin, président de l'Association Tabagisme (AT), a analysé les arguments avancés par ces chercheurs et démontré qu'ils ne sont pas pertinents et qu'ils ignorent systématiquement une partie importante de la littérature spécialisée (cf. Annexe I).

LA SANTE EN TANT QUE CONDITION DE LA PROSPERITE PUBLIQUE

Avant d'aborder la question de la réclame pour les cigarettes, il importe de retenir que la santé publique est dans tous les cas un bien dont la protection figure au premier rang de la liste de priorité des activités de l'Etat. Dans le message que nous avons cité, le Conseil fédéral insiste particulièrement sur ce point:

"Il est incontestable que l'abus des substances qui engendrent la dépendance est nuisible à la santé et que les articles 32bis, 32quater et 69bis cst. obligent les autorités fédérales à prendre des mesures pour améliorer la santé publique" (message, p. 8).

La priorité de ce mandat constitutionnel précis ne doit pas être perdue de vue aussi dans la considération d'aspects économiques.

LA ROLE POLITICO-ECONOMIQUE DU TABAC

Il faut d'abord constater que la culture du tabac et l'industrie du tabac ne représentent qu'une très faible proportion de l'activité économique de notre pays. L'industrie et le commerce du tabac occupent près de 8000 personnes,ce qui n'est qu'une proportion minime de la population active (2,7 millions) (cf. Annexe II). Des mesures visant à réduire la consommation du tabac n'auraient jamais un effet brutal; il s'agirait plutôt d'une modification progressive des structures qui ne devrait pas poser de trop grands problèmes d'emploi.

Il faut également envisager dans une optique correcte les revenus provenant de l'imposition du tabac, des taxes douanières (ainsi que de l'impôt sur le chiffre d'affaires prélevé sur les produits de tabac). La part de l'AVS/AI a représenté en 1976 les 5% du total des recettes de ces institutions sociales:

Charge fiscale du tabac en francs:

	Impôt	Douane	Total	ICHA
1966/1970	337'164'600	128'989'000	466'153'000	
1971/1975	682'832'600	4'223'200	633'055'800	42'520'000
1972	669'026'000	4'057'000	673'083'000	46'100'000
1973	645'481'000	4'576'000	650'067'000	44'800'000
1974	634'883'000	4'636'000	639'519'000	43'700'000
1975	552'321'000	4'199'000	556'520'000	38'600'000
1976	519'117'000	5'991'000	525'108'000	47'300'000

Tiré de "Alcoolisme et autres toxicomanies - Données statistiques 1978" publié par l'Institut suisse de prophylaxie de l'alcoolisme, Lausanne, 1978, p. 17.

Une réduction de 30% de la consommation du tabac ne diminuerait ainsi les recettes de l'AVS/AI que de 1,5%.
Mais si l'on considère le coût que représentent pour l'économie publique les cas d'invalidité et de décès prématurés dûs au tabac (2), il est clair que l'apport fiscal du tabac ne représente pas un argument sérieux en faveur de la consommation du tabac et de la publicité en sa faveur.
On a prétendu que la limitation de la publicité pour les cigarettes lèserait également d'autres branches de l'économie. On parle à ce propos tout spécialement de la branche publicitaire. Il faut d'abord remarquer que cette branche s'est développée au-delà de toute proportion pendant la période de haute conjoncture et que la récession devait inévitablement entraîner un réajustement; l'assainissement de cette branche aux frais de la santé publique ne peut pas entrer en ligne de compte. En outre, il faut constater que dans ce secteur aussi la dépense pour la publicité en faveur du tabac, que nous estimons à 30 - 40 millions de francs environ par an en Suisse, ne représente pas une part très importante des

---

(2) Une étude entreprise par le Fonds national et consacrée à ce problème sera terminée prochainement.

dépenses globales engagées pour la publicité (3).

Enfin, il y a lieu de remarquer que l'argent non dépensé pour la consommation de tabac est disponible pour d'autres branches de l'économie et n'est dès lors pas "perdu".

A propos de l'importance économique de la publicité en faveur du tabac, on parle souvant de la presse qui dépendrait de cette réclame. Les lignes qui suivent sont consacrées à la discussion de ce problème.

LIMITATION DE LA RECLAME POUR LE TABAC - LIMITATION DE LA LIBERTE DE PRESSE ?

La Suisse est fière, à juste titre, de la multiplicité et de la diversité de ses journaux, même en tenant compte des importantes concentrations de ces dernières années avec leurs désagréables conséquences qui sont bien connues. Selon une opinion répandue, ces concentrationsseraient favorisées par une limitation de la réclame en faveur du tabac, qui saperait ainsi la diversité de notre presse. Mais cela ne correspond pas à la réalité. La réclame en faveur des cigarettes joue un rôle réellement important pour les grands illustrés, dont une proportion importante est importée de l'étranger, et qui en règle générale reposent sur des bases financières solides. Quand on parle de la diversité de la presse, on pense en premier lieu aux quotidiens et aux journaux locaux de notre pays. On peut estimer que la réclame pour le tabac ne représente dans leur cas qu'une très faible proportion de l'ensemble de la publicité dans les quotidiens. Un journal local bernois constate à juste titre que la publicité en faveur du tabac menace plus la diversité de la presse qu'elle ne la favorise: les réclames paraissent surtout dans la grande presse qui ne connaît pas les difficultés financières.

---

(3) Cette estimation se base sur les renseignements fournis par diverses sources officielles et non officielles.

"Une interdiction serait à son avis (du Conseil fédéral, AT) difficile à contrôler; en outre la mesure entraînerait des conséquences extrêmement peu souhaitables pour une partie de la presse. Cette considération est indubitablement juste. Mais il faut se demander quelle partie de la presse sera surtout visée. S'agira-t-il des petites feuilles qui luttent souvent difficilement pour survivre, ou des grands journaux et périodiques dont la survie ne pose pas de problème. Un regard jeté sur ces "grands" fournira la réponse. Trois, quatre, cinq pages de réclame en faveur des articles de fumeur, naturellement en plusieurs couleurs. L'industrie des cigarettes ne fournit aucun subside pour le maintien de la diversité de la presse suisse; tout au plus elle rend les grands encore plus forts, un processus qui rend automatiquement les petits encore plus faibles et plus insignifiants, même si quelques francs porteurs de publicité en faveur de l'alcool ou de la nicotine sonnent dans leur caisse. L'argument du Conseil fédéral au sujet de l'atteinte à la presse repose donc sur des bases très douteuses."

Traduit de "Der Oberhasler", Meiringen, 25.4.78

Il faut cependant en outre remarquer que l'indépendance interne de la presse peut être menacée par sa dépendance à l'égard de la publicité. Nous connaissons plusieurs cas où les rédactions n'ont pas osé publier des articles consacrés au tabagisme, ou ne les ont publiés que mutilés, sous la pression des annonceurs (4). Placé dans ces faits, l'argument voulant que la liberté coure en risque si la publicité est limitée n'est pas convaincant.

INTERDICTION DE LA RECLAME POUR LE TABAC: ATTEINTE AUX LIBERTES INDIVIDUELLES ?

Chaque intervention de l'Etat peut naturellement être inter-

(4) L'At a la preuve de plusieurs cas de ce genre. Ainsi une grande marque de cigarettes a exigé des redactions de journaux qu'elles n'insèrent pas d'articles attaquant la fumée dans les éditions contenant de la publicité pour le tabac.

prétée comme une intrusion dans la sphère privée. Toutefois, s'agissant d'une interdiction de la publicité en faveur des produits qui engendrent la dépendance, cette interprétation paraît rendre un son pathéthique et faux. Si l'on considère les méthodes raffinées de la publicité, soutenue par de puissants moyens financiers, qui influencent unilatéralement le public (automatiquement aussi les enfants es les jeunes gens), on peut se demander qui est réellement en train de saper la liberté individuelle (soit la liberté du choix tout à fait non influencé). Il importe de rappeler ici que les premières cigarettes ont engendré chez beaucoup de fumeurs leur dépendance de la nicotine, compromettant ainsi leur liberté personnelle de manière décisive.

On pourrait éventuellement admettre la publicité en faveur des produits engendrant la dépendance si un certain équilibre était atteint grâce à des sommes équivalentes mises à disposition du travail d'information concernant les risques de dépendance.

INTERDICTION DE LA RECLAME POUR LE TABAC: ENTRAVE A LA LIBERTE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE ?

Comme nous l'avons déjà relevé, le Conseil fédéral est aussi d'avis qu'une priorité de premier rang doit être accordée à la protection de la santé publique. Cela signifie que si un choix doit être fait, il faut renoncer à la liberté de commerce et d'industrie. Rappelons que dans d'autres cas similaires, des limitations ou des interdictionsde publicité sont considérées comme tout à fait justifiées et normales. Citons p. ex. les médicaments soumis à ordonnance, les poisons et les drogues, dans le sens restrictif.

INTERDICTION DE LA RECLAME EN FAVEUR DU TABAC = INTERDICTION DE CONSOMMER LE TABAC ?

Dans son message concernant l'initiative populaire contre la réclame en faveur des produits engendrant la dépendance, le Conseil fédéral écrit:

"Une interdiction de la réclame pour les produits qui engendrent la dépendance ne saurait garantir que la consommation d'alcool et de tabac va effectivement baisser dans une mesure importante et durable ... Les expériences que la prohibition a permis de faire dans divers Etats montrent que l'interdiction n'est pas le seul moyen d'atteindre le but visé" (message, p.9).

Il serait certainement possible de prouver l'efficacité de la prohibition dans divers pays. L'essentiel est que ni l'Association Tabagisme, ni les promoteurs de l'initiative contre la publicité en faveur des produits engendrant la dépendance n'ont jamais demandé une telle interdiction. Le but recherché est plutôt une interdiction ou une limitation profonde de la réclame pour le tabac. On pense à ce propos qu'associées à d'autres mesures (éducation sanitaire) de telles restrictions publicitaires entraîneront à la longue, et sans contrainte, une diminution de la consommation du tabac. Il n'est pas correct de confondre la publicité en faveur du tabac à la consommation du tabac.

INEFFICACITE DE LA LIMITATION DE LA RECLAME POUR LE TABAC ?

Personne ne prétend que l'interdiction de la publicité à elle seule, sans autres mesures d'appui, pourrait résoudre le problème du tabagisme. Il est clair que le fait de fumer représente une habitude profondément enracinée dans notre milieu culturel, que sa suppression ne peut en tout cas être que progressive et qu'elle prendrait du temps compte tenu des dommages causés à la santé. Mais l'exemple de la France prouve que des mesures judicieusement combinées peuvent apporter des succès visibles en relativement peu de temps:

Une évaluation de la campagne menée du 1er october au 30 novembre 1976 par le gouvernement français a montré que le nombre des fumeurs avait baissé de 3% après la campagne, la consommation de tabac par les adultes de 15%, et par les

jeunes de 16%. La campagne associait une action d'information intensive à une série de mesures légales qui limitent fortement la réclame en faveur du tabac ainsi que les zones où la fumée est autorisée. (Source: "Tabac et santé", No 26, Paris 1977).

Les arguments habituels sur l'inefficacité de l'interdiction de la réclame sont inadéquats. Il est par exemple absurde de partir du fait que la consommation de tabac est élevée également dans les pays sans publicité en faveur de la cigarette pour conclure que l'interdiction de la publicité serait inefficace: ce raisonnement se trouve pourtant dans les message du Conseil fédéral (5). Absurde parce que d'abord personne ne peut savoir quelle serait la consommation dans ces pays si la publicité était autorisée; ensuite aussi parce que la consommation par habitant est réellement plus basse en Norvège, Suède et Finlande, par exemple, (pays où les limitations sont importantes) que dans notre pays.

Il faut s'opposer à l'affirmation que l'interdiction de la publicité en faveur de la cigarette serait un coup d'épée dans l'eau, parce que l'on surestime l'efficacité de cette réclame: elle ne gagnerait guère de nouveaux adhérents à un produit, mais ne provoquerait que des déplacements dans le marché. Cette légende a la vie dure et réapparaît auissi dans le message du Conseil fédéral.
On doit lui rétorquer en citant un état de choses relevé par l'ancien chef de publicité d'une grande fabrique de cigarettes et bien connu dans les milieux de la publicité: la meilleure publicité commune pour toute une catégorie de marchandises est la publicité individuelle pour des marques précises:

"C'est un fait d'expériences que dans une catégorie de marchandises dont la conjoncture permet encore une élévation de la demande, une forte propagande personnelle est aussi favorable aux concurrents. Si nous admettons que la consommation de

---

(5) "Les excès d'alcool et l'abus du tabac existent aussi dans les pays qui, en raison de leur régime économique (économie d'Etat) ne connaissent pas la publicité" (message p.9).

poissons doit être augmentée en Allemagne, le thème tout nu "Mangez des poissons" n'est pas du tout assez coloré pour faire espérer un succès... Mais dès qu'une Compagnie de pêche en haute mer crée une bonne marque en utilisant tous les moyens de la technique du marché: une bonne renommée, une image personelle de marché, des slogans, des arguments, une organisation de vente et une politique des prix, on constatera avec étonnement que, même si le marché a été insuffisement préparé, les concurrents en retirent un avantage important. Toute la catégorie de marchandises peut être poussée par le détour d'une marque... L'histoire économique connaît beaucoup d'exemples de ce type. La meilleure publicité commune pour une catégorie de marchandises est la publicité individuelle pour de bonnes marques..."

R.Domizlaff, ancien chef de publicité de la Reemtsma dans son livre "Die Gewinnung des öffentlichen Vertrauens", cité par le Prof.F.Schmidt dans "Fortschritt und Medizin", No 1, 74.

A part cela, chaque jour de nouveaux consommateurs peuvent être recrutés dans le milieu des jeunes.

LA PROTECTION DE LA JEUNESSE NE SUFFIT - ELLE PAS A ELLE SEULE ?

Personne ne nie que la publicité en faveur des produits engendrant la dépendance exerce une grande influence surtout sur les jeunes. Les fabricants suisses de cigarettes ont admis eux-mêmes le fait en inscrivant sur leur code d'honneur de 1969 une série de principes concernant la protection de la jeunesse. Il faudrait par exemple renoncer à toute forme de réclame pouvant induire les sujets âgés de moins de 18 ans à fumer. Il ne doit pas paraître de publicité en faveur de tabac dans les périodiques destinés aux jeunes; les images ne doivent pas représenter des sujets visiblement mineurs. La distribution d'échantillons gratuits aux sujets âgés de moins de 18 ans ne doit pas être autorisée (5).

---

(5) Code éthique de publicité de l'Association Suisse de Fabricants de Cigarettes du 18.12. 1969, section C.

Le principe No 12 de la Commission suisse d'arbitrage des pratiques loyales en matière de publicité va dans le même sens (cf. Annexe III).
Ces principes partent sans doute d'une bonne intention. Leur faiblesse est pourtant bien visible et le Conseil fédéral en est conscient:

"Substituée à l'article 19 ODA, l'interdiction de la réclame pour les boissons alcooliques s'adressant clairement à des mineurs ne tient que partiellement compte de la protection des jeunes gens. Les spécialistes de la publicité sont trop subtils pour s'adresser formellement à la jeunesse dans leur réclame. L'un des motifs importants qui pousse les mineurs à commencer de fumer ou de boire, c'est qu'ils voient là un symbole de l'âge adulte. C'est d'ailleurs pour cette raison que les personnes présentées dans la publicité sont toujours des adultes, mais assez jeunes pour que les mineurs, le groupe visé, puissent s'identifier à elles. L'article 19 ODA ne permet pas de combattre pareille publicité" (message p.6).

Cette argumentation, basée sur l'impossibilité de dissocier la réclame destinée aux jeunes de celle s'adressant aux adultes, ne peut être qu'approuvée. Sa conséquence logique est que seule des limitations étendues de la publicité représenteraient une protection authentique de la jeunesse. Il est d'autant plus étonnant et contradictoire que par la revision en cours de l'article 420 de l'ordonnance sur les denrées alimentaires le Conseil fédéral veuille introduire une réglementation n'allant pas au-delà des principes insuffisants - et non contraignants - (Code d'honneur des fabricants de cigarettes), qui n'ont pu empêcher la publicité en faveur des cigarettes de recourir aujourd'hui à des méthodes des plus raffinées du point de vue psychologique.

LIMITATIONS VOLONTAIRES OU OBLIGATOIRES ?

Les mesures, réglementations, interdictions étatiques sont souvent peu appréciées, et la question se pose de savoir s'il ne serait pas plus judicieux d'introduire des limitations de publicité sur base volontaire.

La réponse sera donnée par les expériences pratiques; ce sera malheureusement un "non". Les réglementations volontaires en vigueur n'ont pas eu de résultat digne d'être mentionné, et les transgresssions ne peuvent pas être poursuivies.

Aucune autorité officielle, aucune association professionnelle ne peut obliger à observer un Gentlemen's Agreement. C'est pour cela qu'aujourd'hui des limitations obligatoires, fondées sur la loi, s'imposent sans équivoque.

L'INTERDICTION LEGALE DE LA RECLAME EST-ELLE IRREALISABLE ?

En proposant de refuser l'initiative contre la réclame en faveur des produits engendrant la dépendance, le Conseil fédéral accorde une grande importance a l'affirmation que les exigences de cette initiative ne seraient pas réalisables à cause des difficultés d'exécution (message, p.10 et 11). Il indique à ce propos la publicité clandestine, le grand nombre de points de vente et la dépense qui résulterait du contrôle des publications étrangères. Il est assez surprenant qu'on admette à priori que les fabricants et commerçants de cigarettes s'efforceront de contourner les presciptions légales éventuelles; ce n'est guère flatteur à leur égard. Mais, même si c'était le cas et qu'il y ait des cas de publicité clandestine, cela ne constituerait pas un empêchement à l'adoption d'une interdiction de la réclame. Personne n'a encore jamais pensé qu'il ne fallait plus lever d'impôts parce que la fraude est importante!

Une réglementation parfois contournée est toujours plus efficace que son absence; la Suisse en est un exemple avec son interdiction constitutionnelle (!) - et non discutée - de fabrication et de commerce des produits à base d'absinthe. Au reste, les expériences faites en Norvège, pays ou l'interdiction de réclame en faveur du tabac va très loin, montre que les possibilités et l'ampleur de la publicité clandestine sont surestimées (6).

(6) Communication verbale du fonctionnaire d'état Dr Kjell Bjartveit (Norvège) au "Workshop on Smoking Control" de l'"Union internationale contre le cancer" (UICC), 1.-3.3.78,

Il ne faut pas donner l'impression que la surveillance des points de vente ou des publications étrangères représentent une nouveauté qui exigerait une importante extension de l'appareil de l'Etat. L'importation de la vente de produits alimentaires sont contrôlées depuis des décennies; le contrôle des publications étrangères quant à la pornographie est également pratiqué depuis longtemps. Les grandes éditions de journaux illustrés étrangers qui pourraient contenir de la publicité en faveur du tabac ne compliqueraient naturellement pas le contrôle vu qu'un seul exemplaire par édition doit être vérifié. De plus il convient de renvoyer au texte de l'initiative qui prévoit l'octroi d'exceptions pour des publications étrangères dont la diffusion en Suisse est insignifiante, ce qui permettrait d'assurer un contrôle dans le cadre des possibilités. Qu'il soit possible à des illustrés étrangers, même de diffusion moyenne, d'imprimer facilement des éditions particulières pour la Suisse en liaison avec la publicité est prouvé par l'édition française de "Playboy" pour la Suisse qui contient de la réclame pour l'alcool, interdite en France.

LA SUISSE SANS RECLAME DU TABAC: UNE ILE ISOLEE DANS LE MONDE ?

En parcourant le message du Conseil fédéral, la personne non informée aura certainement l'impression que la limitation de la réclame en faveur du tabac demandée pour notre pays serait un phénomène unique au monde:
Un regard jeté au-delà de nos frontières nous apprend rapidement que c'est loin d'être le cas. Il n'est même pas besoin de faire appel à l'exemple des pays scandinaves ou de l'Europe orientale. Deux pays voisins dont le système économique est fondamentalement identique au nôtre, connaissent des limitations très rigoreuses.

- En Italie, toute publicité pour articles de fumeur est interdite depuis seize ans déjà (loi de 1962).

- En France, selon une loi de 1976, la réclame en faveur du tabac est interdite à la radio et à la télévision, également au cinéma, au théâtre et dans les autres salles de spectacles, dans les prospectus, les affiches, sur les objets d'usage courant, etc.; la surface qui lui est accordée dans les journaux est limitée.

L'annexe IV résume les réglementations en vigueur dans les différents pays.

QUE FAUT-IL DONC FAIRE ?

Après avoir consulté les organismes qui lui sont affiliés, l'Association tabagisme (AT), dans sa réponse à la consultation engagée concernant le nouvel article 420 de l'ordonnance sur les denrées alimentaires (cf. Annexe V), a établi une liste d'exigences relative à la limitation de la réclame en faveur des articles de fumeur, dont la réalisation représente une tâche urgente. L'AT s'est prononcée en principe pour une interdiction générale de la publicité et a aussi fixé les conditions dans lesquelles elle pourrait accepter un compromis, dans le sens d'une alternative. Partant de l'idée qu'il faut en tout premier lieu empêcher les mineurs de consommer du tabac, elle s'est prononcée entre autres pour l'interdiction de la publicité par association d'images et a simultanément requis une liste complète des endroits que fréquentent en particulier les jeunes, en grand nombre, et où donc toute réclame pour les cigarettes doit être interdite. Les propositions de l'AT correspondent sur ce point largement aux réglementations actuellement en vigueur en France. Au reste, l'AT est d'avis que l'avertissement obligatoire concernant les risques pour la santé et de la déclaration des substances nocives qu'elle recommande de faire figurer sur chaque paquet de cigarettes devraient apparaître aussi sur toute publicité éventuellement encore autorisée, comme c'est par exemple le cas aux Etats-Unis. Elle pense qu'il est nécessaire de limiter fortement la surface et la durée de publication des réclames

dans les journaux et à l'étalage. D'une manière générale, elle défend le postulat que la publicité en faveur des cigarettes ne doit être faite que là où son but peut être d'informer, c'est-à-dire dans les habituels points de vente fixes.

Il n'appartient pas à l'AT d'établir si les limitations esquissées ci-dessus doivent être réalisées par voie constitutionnelle, légale ou d'ordonnance. L'exigence capitale et urgente, c'est l'existence de réglementations légales non équivoques; or l'initiative populaire contre la publicité pour des produits qui engendrent la dépendance est l'unique proposition réalisable de caractère obligatoire faite jusqu'ici. Tant qu'il n'y en aura pas d'autres, jugées efficaces, l'AT doit s'en tenir au soutien de l'initiative.

Les effets nocifs du tabac sur la santé: de sérieux doutes ? *

Par le professeur Th. Abelin, directeur de l'institut de médecine sociale et préventive de l'Université de Berne et président de l'Association tabagisme

En 1964 était publié aux Etats-Unis le rapport intitulé "Terry-Report". Il démontrait clairement la relation entre le fait de fumer et une multitude de maladies diverses. Depuis lors, ces constatations ont vu leur champ s'élargir considérablement et s'approfondir de centaines d'enquêtes scientifiques. Aujourd'hui le haut degré de nocivité du tabac n'est guère mis en doute dans les milieux spécialisés.

Le petit mot "guère" laisse la porte ouverte à quelques exceptions. En effet, il y a environ une demi-douzaine de scientifiques qui mettent en doute les travaux de leurs collègues en avançant certaines objections qui réapparaissent constamment et qui prétendent que tel ou tel effet nocif n'est pas prouvé. L'industrie tabagique tire profit de ces objections et se charge de leur diffusion. C'est ainsi par exemple que la maison Philip Morris Europe, avec siège à Lausanne, a l'habitude d'adresser à un public bien déterminé un bulletin intitulé "Smoking and Health News" qui renferme des articles de ce genre. Il y a un an, l'industrie du tabac organisa à l'Institut Gottlieb Duttweiler à Rüschlikon (ZH) un syposium axé sur "la fumée dans la controverse scientifique", avec la participation précisément de ces exeptions parmi les scientifiques. L'événement eut un écho considérable dans la presse. Vue cette propagande, il convient d'analyser de plus près quelques-unes des affirmations réitérées selon lesquelles les effets nocifs du tabagisme ne seraient pas prouvés.

Affirmation: Il n'existe aucun lien de cause à effet entre le fait de fumer et le cancer des poumons.

Le professeur Philip Burch (Leeds, GB), biologiste, est le principal défenseur de cette théorie. Il se réfère à des calculs compliqués sur le changement de l'inclinaison de la courbe de la mortalité due au cancer des poumons. Le fait qu'il existe un parallèle entre l'augmentation de la consommation de cigarettes d'une part et l'accroissement du cancer des poumons d'autre part reste incontesté. Il est également intéressant de constater que depuis quelque temps, chez les hommes, dans certaines catégories d'âge, l'augmentation des cas de cancer des poumons s'infléchit là où les cigarettes moins riches en goudron ont trouvé un champ de diffusion. Par contre, à la suite de leur consommation croissante de cigarettes, les femmes accusent une augmentation marquée de la mortalité due au cancer des poumons.
Le point litigieux est le lien causal, que Burch conteste. Cependant, dans ses travaux, il ne prend pas en considération les données suivantes, elles qui rendent manifeste le lien causal:
- enquêtes retrospectives
- enquêtes prospectives, en partie avec analyse parallèle de fumeurs et de non-fumeurs présentant, à part cela, des qualités comparables;
- La faible fréquence du cancer des poumons dans certains groupes de la

* Traduction d'un article paru dans la "Neue Zürcher Zeitung" du 16. août 1977

population ne fumant pas pour des motifs extérieurs (par exemple leur religion);
- la même mortalité due au cancer des poumons à Venise (pas de pollution de l'air par les gaz d'échappement) que dans les autres villes d'Italie;
- le parallèle entre l'habitude de fumer et les altérations précancéreuses dans l'histologie;
- la diminution de la mortalité due au cancer des poumons chez les médecins anglais qui, en grande partie ont cessé de fumer.

Dans l'enquête citée, Burch a critiqué de petits détails qui cependant n'influent en rien les conclusions.
Il ne s'agit pas de contester que des facteurs constitutionnels (et du reste aussi des facteurs sociaux) favorisent le cancer des poumons. Mais cela ne signifie aucunement que l'influence de la fumée en est réfutée pour autant.
Il en va de même pour les enquêtes constamment citées par les propagandistes de l'industrie du tabac et qui mettent l'accent sur le rôle de certains facteurs du lieu de travail (par exemple l'exposition à la poussière) concernant le cancer des poumons. C'est précisément ici que se manifeste le fait que la combinaison de la fumée avec le lieu de travail malsain augmente le risque d'une manière toute paritculière.

Affirmation: Il n'existe aucun lien causal prouvé entre le fait de fumer et les maladies coronariennes.

L'anthropologue Carl Seltzer (Boston, USA) est le principal défenseur de cette thèse. Lui aussi prétend avoir découvert des contradictions dans les statistiques et il met au premier rang les prédispositions constitutionelles.
Cependant, les travaux de Seltzer auccusent certaines lacunes. Il se base parfois sur des enquêtes trop anciennes ou trop réduites et se fonde également sur des inexactitudes. C'est ainsi qu'il confond par exemple deux maladies semblables dont l'une est en relation avec la fumée (l'infarctus mortel), l'autre toutefois moins, voir pas du tout (l'angine depotirne non mortelle).
Il est important de savoir que le fait de fumer est surtout en relation avec l'infarctus précoce,mais chez les fumeurs plus âgés également, on constate, selon les grandes enquêtes prospectives, un risque plus élevé, cela même si Seltzer l'a contesté lors de conférences et communiqués dans le monde entier.
Il faut encore mentionner que pendant des années Seltzer a été financé par l'industrie du tabac. Il en est de même pour le statisticien canadien Théodore Sterling, professeur qui, lui aussi, cherche, en se basant sur d'incomplètes indications des publications citées,à contester le lien causal entre le fait de fumer et la maladie. Ses publications sont régulièrement utilisées de façon publicitaire par l'industrie du tabac. Ni Burch, ni Seltzer, ni Sterling ne sont médecins bien que certains communiqués de presse puissent le laisser croire.

Affirmation: Les fumeurs souffrent moins du thromboses (que les non-fumeurs)

C'est sous ce titre tapageur qu'il y a quelque temps, une nouvelle était diffusée en Suisse également. Qui a lu l'article a pu constater qu'il était question du risque de thrombose après des infarctus. La nouvelle se fondait sur deux enquêtes faites dans deux hôpitaux londoniens. L'auteur de l'une des enquêtes donnait en fait une interprétation claire de ce phénomène qui cependant ne se trouvait pas dans la déclaration citée.
On peut partir du fait qu'il existe principalement deux voies menant à l'infarctus:

soit par la fumée (sans qu'une prédisposition à des thromboses soit nécessaire), soit par prédisposition à des maladies provenant de thromboses (le fait de fumer pouvant jouer un rôle de second plan). Cela signifie logiquement que les malades atteints d'infarctus et qui n'étaient pas fumeurs, sont plus souvent prédisposés à des thromboses. Une explication simple qui aurait également pu être mentionée dans la nouvelle de presse.

Affirmation: L'alcool et non pas la fumée est la cause principale du cancer de l'oesophage.

Cette constatation, citée par exemple dans le bulletin de propagande de la Philip Morris Europe, est utilisée de la même manière que l'existence d'autres facteurs de risque dans les cas du cancer des poumons et des maladies du coeur: c'est parce que la fumée n'est pas la seule cause d'une maladie qu'on veut en déduire une justification du tabagisme. Le fait est que dans le cas du cancer de l'oesophage également, la combinaison alcool-fumée mène à une augmentation du risque toute particulière. La constatation du fait que la fumée ne constitue pas l'unique facteur de risque ne signifie en aucune façon que la consommation de cigarettes n'est pas nuisible.

Affirmation: Respirer un air pollué par la fumée n'est pas nuisible.

Différentes enquêtes ont prouvé qu'en respirant un air pollué par la fumée, le non-fumeur ne consomme de nicotine qu'en quantités minimes. L'industrie du tabac en déduit que ces situations ne sont en rien nuisibles pour le non-fumeur. A part le fait que le non-fumeurs peut être dérangé par la fumée même sans ressentir les effets nocifs de la nicotine - maux de tête, nausées, brûlures des yeux-des recherches **ont prouvé que certaines indispositions causées par les substances irrtiantes contenues dans le tabac sont objectivement vérifiables (augmentation des mouvements de paupières dans une atmosphère polluée par la fumée). Des mensurations ont également prouvé une teneur accrue de monoxyde de carbon dans les locaux où l'on a beaucoup fumé. Il n'est pas nécessaire de mentionner spécialement les effets nuisibles de l'air pollué par la fumée pour les asthmatiques, les malades souffrant d'angine de poitrine et d'autres affections.

Remarque finale

En une époque où le fait de ne pas fumer ou de cesser de fumer est de plus en plus en vedette, il est naturel que l'industrie tabagique essaye, par une propagande intensive, de combattre cette tendance. Quelques scientifiques marginaux lui viennent en aide, volontairement ou non. On sait que beaucoup de fumeurs aimeraient se libérer de leur habitude. C'est pourquoi nous ne pouvons pas rester indifférents aux tentatives constamment répétées d'insécuriser par l'intervention d'une "autorité scientifique" ces personnes désireuses de cesser de fumer. Du point de vue de la médecine sociale et préventive, il est donc indispensable de donner des informations scientifiques correctes au public de l'état des connaissances sur les effets nuisibles du tabac, informations qui ne visent d'ailleurs pas a attaquer les fumeurs, mais qui tendent à les confirmer dans leur décision de cesser de fumer.

**(par exemple à l'Ecole polytechnique de Zurich)

ANNEXE II

PRODUCTION ET COMMERCE DU TABAC

RECENSEMENT FEDERAL DES ENTREPRISES 1975:

	Etablissements	Personnes occupées
Productions		
23 Industrie du tabac	81	5'551
Commerce de gros		
6131 Tabac brut, tabac manufacturé	85	869
Commerce de détail		
6436 Tabac manufacturé, articles pour fumeurs*	945	1'491
total	1'111	7'911
*sans les kiosques à journaux	2'931	5'692
Tous les genres économiques, sans l'agriculture	372'249	2'705'781

LA CULTURE DU TABAC

	1976	1975
Nombre des planteurs	1'131	1'202
Superficie cultivée	737	718
Recettes des planteurs (Fr.)	15'465'000.--	12'309'000.--

Comparaison:	Exploitations agricoles	1975:	133'126
	Surface agricole utile	1975:	1'051'005ha
	Rendement brut épuré de l'agriculture	1975:	6'410'000'000.--
		1976:	6'716'000'000.--
	Personnes actives dans l'agriculture	1975:	147'921

(Institut suisse de prophylaxie de l'alcoolisme ISPA, Lausanne, 3.5.78)

Directive no 12 de la

Version 1973/74

Commission suisse d'arbitrage des pratiques loyales en matière de publicité

PUBLICITE POUR LE TABAC ET POUR LES BOISSONS ALCOOLIQUES

La publicité qui s'adresse aux mineurs est soumise aux restrictions suivantes:

a) toute publicité qui vise à encourager des personnes de moins de 20 ans à fumer ou à boire de l'alcool est interdite,

b) les périodiques, les brochures et autres moyens d'informations de toute sorte qui s'adressent spécialement à des jeunes de moins de 20 ans ne doivent contenir, sous quelque forme que ce soit, aucune publicité pour des cigarettes ou pour des produits alcooliques,

c) toute publicité sous forme d'annonces, d'affiches ou d'imprimés de tout genre qui montre une personne qui n'a manifestement pas atteint l'âge de la majorité ou qui recourt à la présentation de vedette du cinéma, du disque, du spectacle ou du sport est interdite dès qu'elle est à même d'influencer les mineurs de moins du 20 ans,

d) toute publicité est exclue sur les vêtements de sports (aillots, trainings, dossards etc.) de même que sur les objets ou véhicules utilisés pour l'exercice du sport (ballon, vélo, automobile etc.),

e) la distribution d'échantillons de cigarettes à des personnes de moins de 20 ans ainsi que dans les écoles de recrues, de même que toute action publicitaire dans les écoles primaires et secondaires, les collèges, les gymnases, les écoles privées, les colonies de vacances, les centres de loisirs etc., est interdite.

ANNEXE IV

MESURES RESTRICTIVES CONTRE LA PUBLICITE POUR LE TABAC DANS QUELQUES PAYS

Mise à jour au 1er septembre 1977

FRANCE	Pub licité interdite (sauf à l'intérieur des débits de tabac, dans les manifestations sportives réservées aux véhicules à moteur, dans la Presse écrite où elle est limitée en surface annuelle et dans sa forme). Interdite dans toutes les publications destinées à la jeunesse.
AUTRICHE	Messages publicitaires interdits sur les ondes et à la télévision.
BELGIQUE	La publicité par voie d'affiche est limitée (dans l'espace et dans le temps). Affichage interdit dans les transports en commun. Films publicitaires interdits dans les cinémas. Publicité dans la presse écrite limitée dans les dimensions des annonces. Interdite sur Radio, T.V. et par voie aérienne Distributions d'échantillons aux adolescents interdites. Interdiction de tout appel direct à la jeunesse.
CANADA	Publicité interdite sur Radio et T.V.
DANEMARK	Affichage interdit dans les transports en commun et dans les aéroports. Films publicitaires interdits dans les cinémas. Publicité dans la presse limitée dans les dimensions des annonces.
ETATS-UNIS	Publicité interdite sur les ondes et à la télévision.
FINLANDE	Messages interdits sur les ondes et à la télévision. Publicité dans la presse limitée dans les dimensions des annonces.
ITALIE	Toute publicité est bannie: presse, cinéma, affichage, par voie aérienne, sur les ondes et à la télévision.
GRANDE-BRETAGNE	Affichage interdit dans les aéroports. Les articles publicitaires pour enfants (ballons, disques, casquette, visières, cigarettes en chocolat..) sont interdits. Distributions d'échantillons aux adolescents interdites. Publicité interdite sur Radio et T.V. (gouvernementales et privées). Accord avec fabricants pour éviter publicité cinématographique.
LUXEMBOURG	Messages interdits sur les ondes et à la télévision.
NORVEGE	Toute publicité est interdite. Vente aux mineurs et 16 ans interdite.
PAYS-BAS	Publicité interdite sur les ondes et à la télévision.
SUEDE	Publicité interdite sur Radio et T.V., limitée dans la presse écrite dans les dimensions des annonces. Propositions gouvernementale visant à interdire toute publicité, en cours.

Source: "Tabac et santé", Comité national contre le tabagisme, Paris

ANNEXE V

AT

Arbeitsgemeinschaft Tabakmissbrauch • Association tabagisme

Postfach
3000 Bern 6

Telefon 031 43 43 60
Postcheckkonto 30-12822

Département fédéral de
l'intérieur
Palais fédéral
3003 B e r n e

Berne, le 17 octobre 1977

Concerne: modification du chapitre sur le tabac et les articles de tabac de l'ordonnance sur les denrées alimentaires (ODA art. 420)

Monsieur le Conseiller fédéral,
Mesdames et Messieurs,

Par circulaire du 21 juillet 1977, vous nous avez donné l'occasion de nous exprimer sur le projet de revision de l'article susmentionné de l'ODA. Nous vous en remercions vivement.

L'Association tabagisme (AT) est une organisation faîtière de plus de cinquante institutions et organisations en Suisse qui s'occupent de la lutte contre l'abus du tabac (voir le prospectus ci-joint). Comme telle, elle a jugé bon de recueillir d'abord les observations de ces organismes-membres pour permettre au Comité d'élaborer l'avis de l'AT dans sa séance du 21 septembre 1977. Les résultats de cette "consultation" interne sont compris dans les considérations qui suivent.

Avant d'aborder l'examen des divers points du projet, nous voudrions remarquer que l'AT souscrit au but visé dans votre lettre d'accompagnement - protection de la santé et protection des mineurs. Nous approuvons en particulier le fait qu'on tente de codifier ici, dans des dispositions légales ayant force obligatoire ces questions tirées du domaine des Gentleman - Agreements et des codes d'honneur. Vu que les actes juridiques sont conçus en règle générale pour durer, il est indispensable pour nous d'examiner attentivement les diverses réglementations prévues, afin d'éviter que ne s'y glissent des erreurs et lacunes qui subsisteront des années. C'est dans ce sens que les remarques ci-dessous doivent être comprises. Pour plus de clarté, nous commentons les divers points dans l'ordre de votre projet de texte.

1. Article 420 (Aspects touchant la chimie alimentaire)

Comme laïques dans le domaine de la technologie du tabac, nous nous abstenons de nous prononcer en détail. Autant que nous sachions, dans la question des additifs admis, le Service fédéral de l'hygiène publique a souscrit aux opinions des experts des milieux de l'industrie

du tabac et nous n'avons pas la possibilité de nous faire conseiller par des spécialistes neutres. Nous sommes d'avis que les réglementations prévues à l'article 420 du projet devraient prendre effet le plus tôt possible, si elles se sont révélées objectivement nécessaires.

2. Articles 420a, 2e et 3e alinéas (Désignation des articles de tabac, déclaration)

2.1. A notre sens, les désignations équivoques telles que "pauvre en nicotine", "sans nicotine", "faible", "léger", etc. et des indications vagues sur les efforts faits pour réduire la teneur en composants nocifs devraient être remplacées, d'une manière générale, par une déclaration franche, exprimée en chiffres, relative aux composants nuisibles à la santé. Le consommateur a le droit de savoir ce que le produit contient effectivement. En ce qui concerne la nicotine, il y a lieu d'appliquer, selon nous, les normes "Coresta", qui donnent des valeurs mesurées dans la fumée des cigarettes, donc pas dans la substance sèche, et grâce auxquelles il est possible de faire des comparaisons au niveau international.

2.2. Le projet met trop exclusivement la nicotine au premier plan. Il y a lieu de considérer que les fumeurs, comme cela a été prouvé, inhalent plus profondément et fument davantage de cigarettes s'ils consomment des produits pauvres en nicotine. Cela conduit à l'absorption d'une plus forte quantité de composants dangereux tels que le goudron, le monoxyde de carbone, l'oxyde d'azote, l'acroléine, etc. Pour cette raison aussi, il est discutable d'autoriser les désignations "sans nicotine" et "pauvre en nicotine" sans prévoir l'obligation d'indiquer la teneur en autres composants nocifs.

2.3. Nous pourrions en conséquence souscrire à un texte rédigé à peu près comme suit:

Art. 420a, 2e al.: "Le Service fédéral de l'hygiène publique définit pour quels composants nuisibles à la santé et selon quels critères la déclaration devra être faite ou pourra être faite."

Art. 420a, 3e al.: "Excepté la déclaration mentionnée au 2e alinéa, les indications prônant une diminution des effets nuisibles à la santé, engendrés par l'action de fumer, sont interdites. Les expressions telles que "faible" et "léger" ne peuvent être utilisées qu'en liaison avec les termes "arome" et "goût"."

3. Article 420b (Avertissement)

3.1. Nous approuvons l'introduction d'une mise en garde. Cependant, aussi bien les organismes-membres que les membres du Comité de l'AT s'accordèrent spontanément pour constater que le texte proposé "La fumée du tabac en dose exagérée est nuisible à la santé" est tout à fait inapte au but poursuivi. D'une part parce que c'est manifestement un pléonasme, les termes "en dose exagérée" comprenant déjà une notion de nocivité. Mais avant tout le fumeur se dira que les termes "en dose exagérée" signifient une cigarette de plus que sa propre consommation. Or il est scientifiquement prouvé que le risque d'affections telles que le cancer des poumons, les maladies cardiaques, les bronchites, etc. s'accroit notablement déjà lorsque la

consommation journalière est inférieure de 1 à 9 cigarettes à la moyenne.

3.2. A la suite de la parution de centaines de publications scientifiques concernant le thème "fumée et santé", la formulation suivante serait absolument fondée: "Mise en garde du Service fédéral de l'hygiène publique: fumer est nuisible à la santé." Dans le sens d'un compromis, la teneur suivante nous semblerait aussi admissible: "Mise en garde du Service fédéral de l'hygiène publique: fumer met la santé en danger." En revanche, la phrase "Fumer régulièrement met la santé en danger" donnerait à l'avertissement une valeur relative vraiment trop marquée.

3.3. Il y aura lieu de faire en sorte que les paquets de cigarettes vendus dans une région déterminée du pays portent une mise en garde rédigée dans la langue officielle qui y est courante.

3.4. En raison de l'impression de la mise en garde sur tous les emballages, il devrait aller de soi que les articles de tabac ne puissent plus être vendus sans emballage. A ce propos, nous renvoyons à notre proposition pour l'article 420c, 4e alinéa.

3.5. C'est à bon droit que le Service fédéral de l'hygiène publique est expressément mentionné dans l'avertissement comme l'autorité qui met en garde. Il nous semble important d'éviter que les noms de ce service ou de l'ordonnance sur les denrées alimentaires puissent être utilisés dans la publicité p.ex. comme suit: "Le service fédéral de l'hygiène publique a constaté que la cigarette X remplit la première les conditions fixées à l'article Y de l'ordonnance sur les denrées alimentaires."

4. Article 420c (Restrictions publicitaires, interdiction de remettre des échantillons, interdiction de vendre des cigarettes sans emballage aux mineurs)

4.1. L'AT est en principe d'avis qu'une interdiction absolue de la réclame pour les articles de tabac est tout à fait indiquée. Ce principe nous paraît aussi valable après avoir pesé tous les motifs invoqués en faveur d'une telle publicité - avant tout de nature économique -. La santé publique est un bien qui doit être hautement apprécié et ne saurait être sacrifié à des intérêts économiques (particuliers) momentanés, sans compter qu'un mauvais état de la santé publique a aussi des conséquences économiques indésirables.

4.2. Nous saluons vivement l'interdiction de toute réclame pour le tabac qui s'adresse directement aux mineurs, mentionnée dans le projet de revision - au reste une directive déjà contenue dans le Principe no 12 de la Commission suisse d'arbritage des pratiques de la publicité. Il faut cependant observer ceci:

Dans la pratique, la publicité pour le tabac procède souvent comme si elle s'adressait vraiment à des adultes, alors qu'elle vise, indirectement, les jeunes. Elle met à profit le fait que le mineur voit souvent dans l'adulte un modèle digne d'être imité. C'est ainsi que la réclame pour les cigarettes utilise souvent dans ses illustrations de jeunes adultes séduisants qui permettent à la jeunesse de s'identifier à eux. Une séparation de la réclame destinée aux jeunes de l'autre réclame est dès lors une entreprise vouée à l'échec déjà

quant aux thèmes présentés. A cela s'ajoute qu'il y a relativement peu d'endroits qui soient fréquentés seulement par des mineurs. Dans les stades,piscines, cinémas, concerts de musique légère, etc., on rencontre le plus souvent aussi bien des jeunes que des adultes. Ici également, une séparation est effectivement impossible.

4.3. L'AT doit dès lors constater que le projet ne protège véritablement pas les mineurs. Une telle protection ne pourra, en fin de compte, être obtenue que par une interdiction générale de la publicité. Il nous semble qu'une réglementation qui interdit la réclame pour le tabac par association d'idées, c'est-à-dire qui limite la publicité au produit proprement dit pourrait à la rigueur être acceptée comme compromis. Dans ce sens, nous pourrions nous représenter la teneur de l'article 420c à peu près comme suit:

1 Est interdite pour les articles de tabac toute réclame qui s'adresse nettement à des mineurs dans le but de les inciter à user du tabac; elle est interdite en particulier:

a) à des endroits destinés à être utilisés par des mineurs;

b) sur des objets publicitaires qui s'adressent à des mineurs;

c) si elle représente une personne manifestement mineur ou une vedette du cinéma, de la chanson ou du sport;

d) sur les vêtements de sport ainsi que sur les objets et véhicules utilisés pour l'exercice du sport;

e) à l'occasion de manifestations fréquentées principalement par des mineurs.

2 La représentation de personnes ou de parties de personnes et de symboles est interdite dans la réclame pour les articles de tabac.

3 La remise gratuite d'articles de tabac en dehors des points de vente, à des fins de réclame, est interdite.

4 La vente de cigarettes et de cigarillos sans emballage est interdite.

De plus, une autre prescription devrait contenir une liste exhaustive des endroits où la publicité pour les produits de tabac est interdite. A notre avis, devraient y être mentionnés, à part la radio et la télévision, les stades, les piscines,les façades, les bâtiments publics, les moyens de transport, les lieux publics, les bâtiments scolaires, les hôpitaux, etc.

4.4. Aujourd'hui, on vend librement en Suisse, dans les confiseries et autres points de vente, des cigarettes en gomme à mâcher importées de l'étranger,qui intéressent principalement les petits enfants qu'elles incitent à jouer au fumeur de cigarettes. Leurs emballages imitent dans le détail ceux de marques connues. L'effet est donc celui qui est recherché par la publicité, même si les produits ne sont pas mis en vente ou en circulation par l'industrie du tabac. Selon nous, la revision en cours doit aussi assurer l'interdiction de ces produits ou d'articles semblables (p.ex. en chocolat, massepain); la base pour cela fait défaut dans le projet.

5. Article 420d (Articles à fumer ne contenant pas de tabac)

Cette disposition rencontre notre entière approbation.

6. Délai d'adaptation

Bien que nous comprenions qu'une revision apportant de nouvelles réglementations dans le sens de nos propositions ne puisse entrer en vigueur d'un jour à l'autre, le délai de trois ans prévu nous paraît largement mesuré. Nous proposons qu'il soit ramené à deux ans.

7. Remarque finale

Ces derniers temps, quelques Etats européens, p.ex. la Grande-Bretagne et la France, ont édicté, au sujet de la réclame pour les cigarettes, de la déclaration relative aux composants nuisibles à la santé, entre autres, des prescriptions orientées selon les exigences de la santé publique et de la médecine préventive. Nous sommes convaincus qu'en Suisse aussi des mesures précises et efficaces s'imposent. Le projet de revision ne répond malheureusement pas ces espérances; il se borne à créer une base juridique pour asseoir l'état de choses actuel qui, à notre avis, ne donne pas satisfaction. Cela peut représenter un progrès quant à la forme, mais pas quant au contenu.

C'est pourquoi nous prions le Département fédéral de l'intérieur de modifier le projet de revision dans le sens d'une plus large prise en considération des exigences de la santé publique, surtout en ce qui concerne les questions principales (restrictions publicitaires, déclaration relative aux composants nuisibles à la santé, avertissement). Nous sommes persuadés que les réglementations que nous proposons dans le sens d'un compromis sont efficaces et réalisables et nous verrions avec satisfaction une révision de l'article 420 ODA.

Nous vous remercions une fois encore de nous avoir donné l'occasion de vous faire part de nos observations et vous prions d'agréer, Monsieur le Conseiller fédéral, Mesdames et Messieurs, l'assurance de notre haute considération.

ASSOCIATION TABAGISME

Le Président — Prof.Dr méd.Th.Abelin

Le Secrétaire — R.Beck