



Grand Conseil
Secrétariat général
Pl. du Château 6
1014 Lausanne

Interpellation

(formulaire de dépôt)

A remplir par le Secrétariat du Grand Conseil

N° de tiré à part : 14-INT-321

Déposé le : 9.12.14

Scanné le : _____

Art. 115 et 116 LGC L'interpellation est une demande d'explications ou de précisions adressée au CE sur un fait du gouvernement ou de son administration. Elle porte sur une compétence propre ou déléguée du CE et peut être développée oralement devant le GC. Les questions qu'elle contient sont exprimées de telle manière que le CE puisse y répondre et sont suffisamment précises pour qu'une réponse courte y soit apportée dans le délai légal (attention : ne pas demander un rapport, auquel cas il s'agit d'un postulat).

Délai de réponse dès le renvoi au CE : trois mois.

Titre de l'interpellation

Interpellation Fabienne Freymond Cantone & Consort au Conseil d'Etat :

Interdiction totale de la publicité pour les produits du tabac : cohérence... ?

Texte déposé

Il est démontré que la **publicité en faveur du tabac, la promotion et le parrainage ont un impact sur la consommation** des produits du tabac. Ces techniques attirent de nouveaux consommateurs, en particulier les jeunes, maintiennent et/ou augmentent la consommation de tabac des fumeurs, démotivent ceux qui veulent arrêter et encouragent les anciens fumeurs à recommencer.

Une étude (*Observatoire des stratégies marketing pour les produits du tabac en Suisse romande*)¹ réalisée récemment par le CIPRET-Vaud en collaboration avec Addiction Suisse et le CIPRET Fribourg, conclut que les publicités en faveur du tabac sont omniprésentes en Suisse romande. On en trouve dans 89% des stations-service, dans 78% des kiosques, dans le 84% des bars, cafés et boîtes de nuit, sur le 94% des automates à cigarettes, dans 34 événements culturels et sportifs se déroulant en Suisse romande (dont une majorité sont des festivals de musique), sur 22 sites internet officiels des marques (dont plus de la moitié accessibles aux mineurs), sur la voie publique (affichage) de nombreux cantons romands, au cinéma, sur les réseaux sociaux et dans la presse (en particulier dans le quotidien gratuit *20 minutes*, largement lu par les adolescents). Les résultats de cette étude illustrent ainsi le fait que les formes de publicités traditionnelles (affichage, presse) ne constituent que la pointe de l'iceberg d'une stratégie plus globale et complexe.

L'étude souligne de plus que les techniques de marketing utilisées par l'industrie du tabac

¹ Canevascini M. et al. *Observatoire des stratégies marketing pour les produits du tabac en Suisse romande. Résultats de l'étude.* CIPRET-Vaud, Addiction Suisse, CIPRET Fribourg. Septembre 2014.

Merci d'envoyer une copie à la boîte mail du Bulletin : bulletin.grandconseil@vd.ch

sont parmi les plus créatives et sophistiquées. Pas réglementées par les quelques lois en vigueur, ces techniques permettent également de contourner les limitations actuelles. Finalement, l'*Observatoire* démontre que, en dépit de l'Ordonnance fédérale existante selon laquelle la publicité pour le tabac est interdite si elle s'adresse spécialement aux jeunes (Art. 18, OTab), les jeunes restent la cible prioritaire de l'industrie du tabac.

Tandis que la publicité en faveur du tabac, la promotion et le parrainage sont interdits dans la plupart des pays européens, au niveau suisse seule la publicité à la radio et à la télévision est interdite. Certains cantons vont plus loin ; ce qui est le cas du **Canton de Vaud qui interdit, depuis le 1^{er} juillet 2007, l'affichage de publicité en faveur de produits du tabac sur le domaine public et sur le domaine privé, visible du domaine public. Les autres formes de publicité restent cependant autorisées.**

Face à l'omniprésence des stratégies marketing pour les produits du tabac et au fait qu'elles ciblent principalement les jeunes, la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac recommande **une interdiction totale de toutes les formes de publicité en faveur du tabac, de promotion et de parrainage.** Seule une interdiction totale permet de réduire efficacement et durablement le tabagisme ; les pays qui ont mis en œuvre une telle disposition ont enregistré, en moyenne, une baisse de 7% de la consommation. En revanche, les interdictions partielles de la publicité sont peu efficaces, car elles mènent à un déplacement des dépenses publicitaires dans des secteurs où la publicité reste autorisée.

La **loi fédérale sur les produits du tabac (LPTab)** en cours d'élaboration se donne pour objectif de renforcer la protection de la jeunesse et, pour ce faire, propose entre autres des restrictions quant à la publicité, à la promotion et au parrainage. Dans sa réponse à la consultation fédérale, le Conseil d'Etat salue l'interdiction légale de la publicité à l'endroit des mineurs, et demande que le droit fédéral interdise aussi la publicité et le parrainage pour des manifestations visant un public largement composé de jeunes. Pour le reste cependant, le Conseil d'Etat soutient que les modalités générales de restriction de la publicité doivent demeurer de la compétence des cantons, mieux à même de procéder à une pesée d'intérêt qui peut différer d'un canton à l'autre.

Compte tenu

- de cette position lors de la consultation fédérale relative à la LPTab ;
- des récents résultats de l'*Observatoire des stratégies marketing pour les produits du tabac en Suisse romande* ;
- des conclusions scientifiques claires quant à l'impact de la publicité, de la promotion et du parrainage sur la consommation de tabac, ainsi qu'à l'efficacité d'une interdiction totale,

nous souhaiterions obtenir des réponses du Conseil d'Etat aux questions suivantes :

1. Dans quelle mesure et par quel-s moyen-s le Conseil d'Etat entend-il faire respecter l'interdiction d'affichage de publicités dans l'espace public, en tenant compte du fait que les techniques actuelles de marketing permettent de contourner les limitations en vigueur ?
2. Dans quelle mesure et par quel-s moyen-s le Conseil d'Etat entend-il protéger efficacement la jeunesse des méfaits du tabagisme, en tenant compte du fait que les interdictions partielles et celles ne s'adressant qu'aux jeunes sont reconnues comme inefficaces ?
3. Est-ce qu'une interdiction de toute forme de publicité et de toute activité de promotion

du tabac dans les points de vente est une mesure envisagée par le Conseil d'Etat ?

Nous remercions par avance le Conseil d'Etat de ses réponses.

Nyon, ce 6 décembre 2014

Commentaire(s)

Conclusions

Souhaite développer



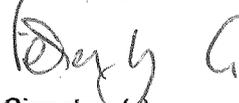
Ne souhaite pas développer



Nom et prénom de l'auteur :

Fabienne Freymond Cantone

Signature :



Nom(s) et prénom(s) du (des) consort(s) :

Signature(s) :

Liste des députés signataires – état au 26 août 2014

Aellen Catherine	Chappuis Laurent	Eggenberger Julien
Ansermet Jacques	Cherbuin Amélie	Ehrwein Nihan Céline
Apothéoz Stéphanie	Chevalley Christine	Epars Olivier
Attinger Doepper Claire	Chollet Jean-Luc	Favrod Pierre-Alain
Aubert Mireille	Chollet Jean-Marc	Ferrari Yves
Baehler Bech Anne	Christen Jérôme	Freymond Cantone Fabienne
Ballif Laurent	Christin Dominique-Ella	Gander Hugues
Bendahan Samuel	Collet-Michel	Genton Jean-Marc
Berthoud Alexandre	Cornamusaz Philippe	Germain Philippe
Bezençon Jean-Luc	Courdesse Régis	Glauser Alice
Blanc Mathieu	Creteigny Gérald	Glauser Nicolas
Bolay Guy-Philippe	Creteigny Laurence	Golaz Olivier
Bonny Dominique-Richard	Crottaz Brigitte	Grandjean Pierre
Borloz Frédéric	De Montmollin Martial	Grobéty Philippe
Bory Marc-André	Deblué François	Guignard Pierre
Bovay Alain	Démétriadès Alexandre	Haldy Jacques
Brélaz Daniel	Desmeules Michel	Haury Jacques-André
Brélaz François	Despot Fabienne	Hurni Véronique
Buffat Marc-Olivier	Devaud Grégory	Induni Valérie
Buffat Michaël	Divorne Didier	Jaccoud Jessica
Butera Sonya	Dolivo Jean-Michel	Jaquet-Berger Christiane
Cachin Jean-François	Ducommun Philippe	Jaquier Rémy
Calpini Christa	Dupontet Aline	Jobin Philippe
Capt Gloria	Durussel José	Jungclaus Delarze Suzanne
Chapalay Albert	Duvoisin Ginette	Kappeler Hans Rudolf

Liste des députés signataires – état au 26 août 2014

Kernen Olivier	Nicolet Jacques	Rydlo Alexandre
Kunze Christian	Nicolet Jean-Marc	Schaller Graziella
Labouchère Catherine	Oran Marc	Schobinger Bastien
Lachat Patricia	Papilloud Anne	Schwaar Valérie
Luisier Christelle	Payot François	Schwab Claude
Mahaim Raphaël	Pernoud Pierre-André	Sonnay Eric
Maillefer Denis-Olivier	Perrin Jacques	Sordet Jean-Marc
Manzini Pascale	Pidoux Jean-Yves	Surer Jean-Marie
Marion Axel	Pillonel Cédric	Thuillard Jean-François
Martin José	Podio Sylvie	Tosato Oscar
Mattenberger Nicolas	Probst Delphine	Treboux Maurice
Matter Claude	Randin Philippe	Trolliet Daniel
Mayor Olivier	Rapaz Pierre-Yves	Tschopp Jean
Meienberger Daniel	Ravenel Yves	Uffer Filip
Meldem Martine	Renaud Michel	Venezelos Vassilis
Melly Serge	Rey-Marion Alette	Voilet Claude-Alain
Meyer Roxanne	Rezzo Stéphane	Volet Pierre
Miéville Laurent	Richard Claire	Vuarnoz Annick
Miéville Michel	Riesen Werner	Vuillemin Philippe
Modoux Philippe	Rochat Nicolas	Weber-Jobé Monique
Mojon Gérard	Romano Myriam	Wehrli Laurent
Montangero Stéphane	Roulet Catherine	Wüthrich Andreas
Mossi Michele	Roulet-Grin Pierrette	Wyssa Claudine
Neiryck Jacques	Rubattel Denis	Yersin Jean-Robert
Neyroud Maurice	Ruch Daniel	Züger Eric