



Fiche d'information sur la conformité constitutionnelle

Le peuple et les cantons ont complété comme suit l'art. 118, al. 2, let. b de la Constitution fédérale pour l'initiative populaire « Enfants sans tabac » : « **Elle [la Confédération] interdit notamment toute forme de publicité pour les produits du tabac atteignant les enfants et les adolescents** »

Comparaison entre la loi actuelle, l'initiative populaire et la proposition de la CSSS -N

Mesures	Rév. LPTab version CSSS-N 2024	Initiative populaire 2022	LPTab actuelle 2021
Vente aux moins de 18 ans	interdit	interdit	interdit
Publicité atteignant les enfants et les adolescents	restreint (18)	interdit	permis
Publicité par affichage	restreint (18)	interdit	interdit
Spots publicitaires au cinéma	restreint (18)	interdit	interdit
Publicité dans la presse écrite	restreint (18)	restreint (18)	permis
Publicité gratuite publications	restreint (18)	interdit	permis
Publicité sur internet	restreint (18)	restreint (18)	permis
Publicité articles de consommation courante	interdit	interdit	restreint (18)
Promotion des ventes	permis	restreint (18)	permis
Parrainage international	interdit	interdit	interdit
Parrainage national	restreint (18)	restreint (18)	permis
Publicité sur les points de vente	restreint (18)	restreint (18)	permis
E-cigarettes/Produits à chauffer	aucune différence avec les cigarettes traditionnelles (et tous les produits du tabac)		

Légende

interdit	restreint (18)	restreint (18) et ne vaut pas pour le parrainage et la promotion des ventes	permis, sauf si les mineurs sont explicitement la cible	permis
				Restrictions pour les musées et les rabais



Évaluation de la conformité constitutionnelle

L'évaluation se réfère à la version de la CSSS-N:

Publicité en général (18.1 / 18.1.b. / 18.2 et al. 1 let. a)

[Interdiction de] la **publicité** ~~ainsi que des indications d'une promotion ou d'un parrainage~~ en faveur des produits du tabac, des cigarettes électroniques et des objets qui forment une unité fonctionnelle avec un produit du tabac, ...

Évaluation : Le nouvel article constitutionnel englobe « toute forme de publicité ». Cette formulation couvre également la « publicité » sous forme de promotion des ventes ou la « publicité » pour le parrainage qui atteint les enfants et les adolescents. Il s'agit avant tout de promotion des ventes au moyen d'actions et de rabais ou du parrainage par l'industrie du tabac d'événements publics ou privés accessibles aux mineurs. Alors qu'il n'est pas possible de faire de la publicité pour les produits du tabac lors d'un tournoi de football junior, l'industrie du tabac et de la nicotine pourrait se présenter comme sponsor et faire de la promotion sur place, par exemple en ayant un stand. Les enfants et les adolescents seraient donc touchés par la publicité pour le tabac faite dans des lieux interdits par la LPTab de 2021, contrairement à ce que prévoit la nouvelle disposition constitutionnelle.

Conclusion : La suppression n'est pas constitutionnelle et se situe en deçà du droit existant

[Interdiction] dans les **publications de la presse écrite**, ~~sauf si la publicité se trouve à l'intérieur de publications vendues majoritairement par abonnement et dont le lectorat est composé d'au moins 95 % d'adultes, ...~~

Évaluation : Ces calculs se fondent sur les statistiques de la REMP. Celle-ci recense le lectorat à partir de 14 ans. La part des mineurs dans l'ensemble de la statistique REMP n'est donc que d'environ 5 % (quatre années). Pour une publication de presse, une part de 5 % du lectorat signifie donc qu'elle est aussi répandue chez les 14-17 ans que chez les adultes. Chaque média ayant la même proportion de lecteurs adultes que de lecteurs mineurs pourrait continuer à imprimer de la publicité pour le tabac. Exemple : si une publication est lue par 20 % des adultes, 20 % des mineurs (tranche d'âge de 14 à 17 ans) peuvent également faire partie du lectorat. La publicité pour le tabac continue ainsi d'atteindre les enfants et les adolescents.

Conclusion : L'adaptation de l'article n'est pas constitutionnelle



Promotion des ventes (art. 19 al. 1 let. c et al. 2 let. b)

~~[Interdiction] d'une vente par des vendeurs mobiles dans des lieux accessibles au public pouvant être fréquentés par des mineurs.~~

Évaluation : L'article concerne une forme de publicité particulièrement efficace, consistant à mettre des vendeurs portant le logo et les couleurs du fabricant directement en contact avec des clients potentiels dans des lieux accessibles au public, comme une fête de rue ou simplement dans la rue. La présence du personnel de vente mobile est perçue comme de la promotion par les enfants et les adolescents, qui sont ainsi atteints par la publicité pour le tabac dans l'espace public. La disposition constitutionnelle prévoit que toute forme de publicité pour les produits du tabac atteignant des mineurs doit être interdite. La vente par des vendeurs mobiles dans des lieux publics est donc également soumise à cette interdiction.

Conclusion : La suppression n'est pas constitutionnelle

~~[Est autorisée] la promotion directe et personnelle des cigares et cigarillos au moyen de dégustations et de promotions clients dans des lieux auxquels les mineurs n'ont pas accès.~~

Évaluation : Cet article concerne également la promotion des ventes, mais pour un produit spécifique. Grâce à cette exception – la « Lex Villiger » –, la publicité pour le tabac atteint les enfants et les adolescents. L'argument selon lequel ils ne consomment pas ces produits est également irrecevable : selon une enquête représentative menée auprès de gymnasiens et d'élèves des écoles professionnelles d'Argovie, 8 % des 15-17 ans avaient fumé des cigarillos ou des cigares au cours du dernier mois.

Conclusion : La suppression ne serait pas constitutionnelle (proposition de la minorité et version du Conseil des États)



Parrainage (art. 20 al. 1 let. b)

[Il est interdit de parrainer] des **événements** qui peuvent être fréquentés par des mineurs, *sauf s'il est garanti que les restrictions de la publicité visées à l'article 18 sont respectées ; la publicité ne doit notamment pas être visible ou accessible aux mineurs lors d'événements.*

Évaluation : Dans la brochure explicative de la votation, le Conseil fédéral avait déjà indiqué que, en cas d'acceptation de l'initiative populaire, le parrainage d'événements serait interdit si des mineurs y avaient accès. L'article adapté, tant dans la version du Conseil des États que dans celle de la CSSS-N, permettrait au parrainage de se poursuivre pour et lors d'événements accessibles aux mineurs, même s'il conviendrait de s'assurer que les secteurs concernés ne soient pas visibles ou accessibles aux mineurs.

Les entreprises de tabac parrainent des événements afin de pouvoir présenter leur marque à leur groupe cible, par exemple en organisant à part des concerts ou des salons VIP dans un endroit bien central. Même si la publicité n'est pas directement visible pour les mineurs, le bouche-à-oreille crée un effet publicitaire. Les enfants et les adolescents continuent ainsi d'être touchés par la publicité pour le tabac.

Conclusion : L'ajout n'est pas constitutionnel