

NON à l'initiative contre la publicité

Argumentaire du PLR.Les Libéraux-Radicaux

1. Initiative populaire contre la publicité du tabac auprès des jeunes – de quoi s'agit-il ?

L'initiative populaire fédérale « [Oui à la protection des enfants et des jeunes contre la publicité pour le tabac \(enfants et jeunes sans publicité pour le tabac\)](#) » vise à interdire toute forme de publicité pour les produits du tabac qui pourrait potentiellement toucher des mineurs. Cette formulation revient dans les faits à une interdiction totale de la publicité du tabac. Par produits du tabac, on entend les produits usuels, à savoir cigarettes, mais aussi les nouveaux produits comme le tabac à chauffer, les cigarettes électroniques et le snus.

L'initiative s'inscrit dans le cadre des débats parlementaires relatifs à la loi sur les produits du tabac (LPTab), qui a pour but de réglementer les produits du tabac et les cigarettes électroniques. La LPTab a été adoptée par le Parlement, qui en a fait un contre-projet à l'initiative. Cette loi régule de nombreux points : interdiction de vente de tabac aux moins de 18 ans dans toute la Suisse, publicité, parrainage, nouveaux produits. Si l'initiative se concentre sur la publicité, la loi est bien plus concrète et concerne davantage de domaines. Si l'initiative est rejetée, la LPTab entrera directement en vigueur. Si l'initiative est acceptée, la loi entrera aussi en vigueur, mais devra être adaptée.

2. Pourquoi non à l'initiative sur la publicité du tabac ?

› Elle est extrême et revient dans les faits à une interdiction de la publicité.

L'initiative veut interdire toute forme de publicité qui « atteint » les enfants et les jeunes. Cela équivaut de facto à une interdiction générale de toute la publicité pour les produits du tabac. Toute publicité, par exemple dans un kiosque, peut potentiellement atteindre les jeunes et serait donc interdite. De la même manière, la publicité lors d'événements auxquels des jeunes participent pourrait les « atteindre », sans pour autant qu'ils soient « ciblés ». Même la publicité pour des produits du tabac innovants serait interdite : une interdiction de la publicité aussi extrême a ainsi pour conséquence d'empêcher également la promotion de produits nouveaux et moins dommageables pour la santé. Il s'agit là d'une pure et simple mise sous tutelle de la population, sans effet sur la protection de la jeunesse. Enfin, ce genre d'interdiction fait du tort à de nombreuses manifestations culturelles et aux médias, ainsi qu'aux consommateurs : sans ce financement via la publicité, journaux et événements culturels devront reporter le manque à gagner sur le prix au consommateur.

› Elle ne respecte pas le principe de liberté économique.

Interdire la publicité pour un produit légal ? Ce n'est tout simplement pas compatible avec le principe de liberté économique. Tout produit légal doit pouvoir faire l'objet de publicité ; après tout, chaque personne est également libre de décider ce qu'elle veut consommer ou pas. Interdire la publicité pour un produit autorisé pose aussi la question du rôle de l'État : est-ce que cela signifie qu'il recommande les produits qui font l'objet de publicité ?

De plus, interdire de manière aussi restrictive la publicité pour les produits du tabac, produits légaux, ouvre la voie à d'autres interdictions de publicité pour des produits jugés mauvais pour la santé : alcool, gras, sucre, voitures à combustion... à quand l'interdiction des publicités pour le McDonalds ?

› **Le contre-projet est la solution la plus efficace.**

La loi adoptée par le Parlement après cinq ans de discussions, qui est désormais le contre-projet à l'initiative, est une réglementation stricte, mais qui reste acceptable d'un point de vue économique. Alors que l'initiative ne porte que sur la publicité, le contre-projet prend en compte de nombreux autres points et est donc évidemment plus complet. La LPTab interdit la vente de produits du tabac aux moins de 18 ans dans toute la Suisse, elle régule la publicité, le parrainage (d'événements par exemple), ainsi que les nouveaux produits (mise en garde et prévention notamment). Les dispositions de la LPTab sur la publicité vont déjà très loin, en l'interdisant dans les journaux, revues, publications et sites internet *destinés* aux mineurs. La publicité sera en outre également interdite dans les cinémas et l'espace public (elle est déjà interdite à la radio et à la télévision). L'adoption de l'initiative impliquera un nouveau processus parlementaire pour adapter la LPTab.

Le Conseil fédéral, le Parlement et le groupe libéral-radical ont rejeté l'initiative contre la publicité du tabac :

- Conseil national : 88 oui contre 101 non (groupe PLR : 1 oui contre 25 non)
- Conseil des États : 14 oui contre 29 non (groupe PLR : non à l'unanimité)

3. En bref

Le PLR est en contre l'initiative sur la publicité pour le tabac car...

- › ...elle équivaut dans les faits à une interdiction de la publicité,
- › ...elle ne respecte pas le principe de liberté économique,
- › ...le contre-projet est la solution la plus efficace et est suffisant.