



## Réponse du Conseil d'Etat à un instrument parlementaire

Question Hänni-Fischer Bernadette / Hayoz Madeleine  
**Enfants de parents dépendants**

2020-CE-29

### I. Question

Dans la semaine du 10.02 – 15.02.2020, la « fondation Addiction Suisse » organise une semaine nationale d'action sous la devise « Enfants de parents dépendants, comment les soutenir ».

Cette fondation constate que quelque 100 000 enfants vivent en Suisse avec un parent souffrant d'une consommation problématique d'alcool ou d'une autre substance. Bien que se sentant seuls et souffrant massivement de cette situation, ces enfants taisent souvent leur détresse par loyauté vis-à-vis de leurs parents. Lorsqu'un parent est alcoolodépendant, c'est toute la famille qui en souffre. Pour les enfants, cela signifie souvent vivre dans un climat familial tendu, conflictuel et imprévisible. Jour après jour, ils se trouvent confrontés à la peur, à la honte, à la culpabilité, à l'insécurité et, surtout, à l'isolement. Les enfants de parents alcooliques risquent davantage de devenir eux-mêmes dépendants plus tard. Par rapport aux enfants issus de familles sans problèmes d'addiction, ces enfants ont un risque jusqu'à six fois plus élevé de développer une dépendance auquel vient s'ajouter un risque accru de développer d'autres troubles psychiques. Les enfants se croient souvent responsables de l'état de leurs parents. Au fil du temps, ceux-ci deviennent maître dans l'art de dissimuler et de camoufler la dépendance de leurs parents.

Si l'on jette un coup d'œil de l'autre côté de la frontière, par exemple en Allemagne, ce que l'on voit est très similaire: selon la « Paritätischer Wohlfahrtsverband » (Association caritative paritaire), dans le seul Land de Bade-Wurtemberg, quelque 150 000 enfants de moins de 15 ans auraient au moins un parent dépendant. D'après les chiffres de 2018, cela représente environ un enfant sur sept.

En contradiction totale avec ces faits, comme si ce problème ne nous concernait pas, nous sommes constamment confrontés aux publicités promouvant ces drogues : les personnes qui souhaitent consommer de l'alcool et du tabac, celles qui cherchent des drogues illégales ou des médicaments psychotropes sont confrontées à quantité de produits, qui font souvent l'objet d'une publicité agressive. Les produits disponibles peuvent être consommés selon différentes méthodes: ils peuvent être fumés, vapotés, prisés, mastiqués, avalés ou être appliqués sur la peau. Le choix de jeux vidéo ou de jeux d'argent (en ligne) croît lui aussi et il est très difficile d'en avoir une vue d'ensemble. Qu'elles soient légales ou illégales, les substances présentant un risque de dépendance sont souvent disponibles 24 heures sur 24 et généralement faciles à se procurer.

La situation est alarmante, il faudrait en discuter publiquement, dans l'intérêt de nos jeunes, pour que l'aide et le soutien deviennent possibles. Trop souvent, il semble que dans la sphère publique, les beuveries, en particulier si des jeunes en sont les protagonistes, sont considérées comme tout à fait normales et qu'elles doivent être tolérées.

Questions au Conseil d'Etat:

1. Que fait actuellement le canton de Fribourg pour combattre spécifiquement cette problématique des enfants dont les parents sont dépendants ?
2. Vu le nombre considérable d'enfants concernés, la politique doit agir. Quelles actions le canton de Fribourg veut-il entreprendre - ou entreprendre plus souvent - à l'avenir ?
3. Les organismes en contact avec ces enfants (aide en matière d'addiction, Office des mineurs, pédiatres, médecins de famille, éducatrices et éducateurs dans les crèches, personnel enseignant dans les écoles, enseignants de soutien) sont-ils suffisamment coordonnés et sensibilisés ?
4. Dans l'intérêt de notre jeunesse, l'interdiction de publicité de l'ensemble des drogues (tabac, alcool, etc.) serait l'une des mesures les plus efficaces. La compétence d'intervention dans ce domaine revient au canton. Quelle est sa position concernant ce sujet ?

14 février 2020

## II. Réponse du Conseil d'Etat

1. *Que fait actuellement le canton de Fribourg pour combattre spécifiquement cette problématique des enfants dont les parents sont dépendants ?*
2. *Vu le nombre considérable d'enfants concernés, la politique doit agir. Quelles actions le canton de Fribourg veut-il entreprendre - ou entreprendre plus souvent - à l'avenir ?*

Le canton de Fribourg est conscient de l'importance de la problématique et s'engage sur différentes thématiques en prévoyant des actions coordonnées. Des mesures sont déployées au travers des programmes cantonaux thématiques alcool, tabac et promotion de la santé mentale.

[Le Plan cantonal action alcool 2018-2021 PCAA](#) a d'ailleurs mis en lumière cette problématique dans son analyse. L'impact de la consommation problématique et de la dépendance sur les proches, notamment les enfants, est mentionné parmi les conséquences négatives en lien avec la consommation d'alcool. A cet effet, le PCAA relève notamment qu'une exposition précoce constitue un facteur de vulnérabilité reconnu. Plus une personne est confrontée tôt à l'alcool, plus le risque de développer une dépendance à l'âge adulte est important. Plus l'exposition est fréquente, plus la personne encourt le risque de développer une tolérance à l'alcool. En Suisse, selon les estimations, jusqu'à 110 000 enfants et adolescent-e-s vivent dans une famille dont un des parents a des problèmes d'alcool. Pour ces enfants, le risque d'être à leur tour dépendants à l'alcool, à l'adolescence ou à l'âge adulte, est six fois plus élevé. La dépendance fait partie des besoins prioritaires du PCAA.

Le PCAA intègre l'objectif suivant : les parents et les proches connaissent les effets de la consommation problématique d'alcool et de la dépendance sur la santé des personnes concernées et sont soutenus pour faire face à ces problématiques. Les prestations existantes qui participent à l'atteinte de cet objectif sont reconnues par le PCAA et doivent ainsi être consolidées.

Le PCAA 2018-2021 ne prévoit pas spécifiquement d'action de renforcement ciblée sur les enfants de parents dépendants. Toutefois les actions prévues pour le besoin 2 (dépendance) auront un effet indirect sur cette problématique. D'autre part, le renforcement du soutien aux enfants de parents ayant une consommation problématique d'alcool a été identifié comme une des mesures ayant un

potentiel de développement. Ce point sera ainsi repris lors de la réactualisation des priorités du PCAA.

La Direction de la santé et des affaires sociales DSAS soutient financièrement différentes prestations en lien avec la thématique des enfants de parents dépendants, notamment :

- > La DSAS soutient Addiction suisse au travers d'un montant de 12 500 francs/an. Le montant accordé permet de soutenir de manière transversale les activités d'Addiction suisse. Les prestations orientées vers le soutien aux enfants dont les parents sont dépendants (par ex. les plateformes internet <https://mamanboit.ch> et <https://papaboit.ch>) en font partie.
- > Le [Programme cantonal de promotion de la santé mentale](#) comporte aussi des mesures destinées à soutenir les enfants et les jeunes de parents dépendants. Dans ce cadre, la DSAS soutient financièrement le projet « au pied du Baobab » du Réseau fribourgeois de santé mentale RFSM (montant annuel de 10 000 francs). Ce programme d'intervention auprès des enfants de parents atteints dans leur santé mentale inclut la thématique des addictions.

La DSAS participe aussi à la campagne nationale de promotion de la santé psychique. Dans ce cadre, la plateforme [www.santepsy.ch/fr/](http://www.santepsy.ch/fr/) répertorie les ressources disponibles pour soutenir tant au niveau individuel que collectif, les situations critiques de la vie.

- > La DSAS soutient la plateforme [www.ciao.ch](http://www.ciao.ch), qui permet aux enfants et adolescent-e-s concernés d'échanger sur des événements du quotidien (montant annuel de 10 000 francs) y compris sur les thématiques d'addictions et de la famille.
- > La DSAS soutient la prestation « Alcool et famille » de la Fondation Le Torry (AFA) à raison de 5 000 francs/an (Fonds del Soto). Ce programme s'adresse aux enfants et aux parents de familles qui sont - ou ont été - touchés par un problème d'alcool ([www.letorry.ch/uploads/docs/Flyer\\_AFA\\_fr.pdf](http://www.letorry.ch/uploads/docs/Flyer_AFA_fr.pdf)). Tous les membres de la famille qui souhaitent aborder la thématique « Alcool et famille » sont invités à y participer. En 2019, 9 groupes ont été constitués (14 rencontres) dans l'objectif de limiter l'impact de l'alcool sur 14 familles (9 familles du centre Le Torry et 5 familles externes). Ce programme consiste en trois modules :

1. Un entretien d'information gratuit
2. Des entretiens familiaux
3. Des groupes d'enfants et d'adolescents

Compte tenu du nombre limité de personnes qui peuvent participer au programme AFA, des réflexions sont en cours pour développer cette offre.

3. *Les organismes en contact avec ces enfants (aide en matière d'addiction, Office des mineurs, pédiatres, médecins de famille, éducatrices et éducateurs dans les crèches, personnel enseignant dans les écoles, enseignants de soutien) sont-ils suffisamment coordonnés et sensibilisés ?*

Les questions d'usage problématique de l'alcool chez les jeunes font partie intégrante du [Plan cantonal d'Action Alcool \(PCAA\)](#) et de la « [Coordination des prises en charge de la personne souffrant d'addiction](#) ». En coordination avec différents acteurs du terrain, trois mesures sont spécifiquement destinées aux jeunes :

1. Le [dispositif cantonal d'indication pour les jeunes et les personnes mineures](#), mis en place en avril 2018. Ce dispositif est une pièce centrale de la coordination, car il permet d'effectuer des évaluations interdisciplinaires des situations complexes, d'organiser des placements, d'établir des collaborations avec l'entourage et de mettre en place une prise en charge coordonnée en collaboration avec toutes les personnes impliquées dans la situation. L'évaluation interdisciplinaire est effectuée par l'association REPER et le Service de l'enfance et de la jeunesse SEJ, en collaboration avec le secteur pédopsychiatrie et le Centre cantonal d'addictologie du RFSM. Ce sont entre 20 et 30 personnes chaque année qui bénéficient de ce dispositif.
2. Une mesure est également en train d'être mise en place [aux urgences du HFR pour mieux prendre en charge les jeunes entre 10 et 24 ans qui arrivent avec une intoxication alcoolique](#). En Suisse, le taux d'intoxications aiguës se situe à 1,2 pour 1 000 habitant-e-s, le taux de syndromes de sevrage à 0,5 pour 1 000 habitant-e-s<sup>1</sup>. A Fribourg, environ 600 personnes arrivent chaque année aux urgences avec une intoxication alcoolique (la plupart ne donnent pas lieu à des séjours hospitaliers et ressortent dans les heures qui suivent l'arrivée aux urgences). Les adultes représentent 85 % des cas et les hommes sont plus touchés que les femmes. Parmi les jeunes âgé-e-s de 12 à 20 ans (ce qui représente env. 80 cas/an), ce sont les jeunes âgé-e-s de 14 à 15 ans pour qui la fréquence d'hospitalisation pour intoxication alcoolique est la plus élevée<sup>2</sup>. La mesure mise en place vise à effectuer des entretiens aux urgences HFR et à obtenir l'aval du jeune pour que l'association REPER le contacte quelques jours plus tard et puisse discuter de cet événement et lui fournir des conseils spécialisés. Dans ce cadre-là, les familles seront impliquées dans toute la mesure du possible. Cette mesure est soutenue pendant la période 2020-2022 à raison de 30 000 francs annuellement par la Loterie Romande LoRo.
3. [La modification de l'utilisation de certaines places résidentielles au profit des mineur-e-s souffrant d'addiction \(4 places\) dans les institutions résidentielles Le Radeau et Le Tremplin](#) : ces places ont été mises à disposition depuis 2016 et plusieurs jeunes entre 17 et 19 ans ont pu en bénéficier, en particulier des filles. Le Tremplin et le Radeau ont confirmé que ces places correspondent à un réel besoin et font le même constat quant aux profils de ces jeunes: long parcours institutionnel, problèmes psychiques importants, cumul de problèmes sociaux (désinsertion, école interrompue, famille en crise, dossier de justice, fugues, expériences problématiques avec la sexualité). La situation de ces jeunes est donc marquée par une très grande précarité et force est de constater que leur entourage est souvent dépassé et/ou épuisé. Une collaboration avec la famille est mise en place dans toute la mesure du possible.

La [liaison intersectorielle](#) entre des domaines différents, par exemple entre les acteurs de la politique de la jeunesse, les communes et les acteurs de la santé, notamment ceux qui sont impliqués dans la prise en charge des addictions, est essentielle pour détecter les situations problématiques et garantir une prise en charge plus rapide.

Le PCAA prévoit de renforcer les connaissances des professionnel-le-s en lien avec les enfants et leurs familles. Il poursuit à cet effet les objectifs suivants :

---

<sup>1</sup> [Système de monitoring suisse des addictions MonAM](#), OFSP.

<sup>2</sup> [Statistiques médicales des hôpitaux](#), 2018, OFS.

- > Les multiplicateurs et multiplicatrices (professionnel-le-s, futurs professionnel-le-s et bénévoles) des domaines socio-éducatifs et sportifs (collèges, écoles professionnelles, foyers, institutions, milieux sportifs, milieux de l'animation) sont sensibilisé-e-s au problème de la consommation d'alcool chez les adolescent-e-s et jeunes adultes. Ils disposent d'outils et de compétences pour détecter les situations problématiques et orienter les personnes concernées vers le réseau des professionnel-le-s du canton.
- > Les professionnel-le-s et futurs professionnel-le-s du domaine social (services sociaux, services des curatelles d'adultes, services publics de l'emploi, offices en lien avec les assurances sociales) sont sensibilisé-e-s au problème de la consommation problématique d'alcool et de la dépendance. Ils disposent d'outils et de compétences pour détecter ces situations et orienter les personnes concernées vers le réseau des professionnel-le-s du canton.
- > Les professionnel-le-s et futurs professionnel-le-s de la santé (médecins, professionnel-le-s des soins à domicile, professionnel-le-s des services d'urgence, gynécologues, sages-femmes, puériculteurs et puéricultrices, pharmaciens et pharmaciennes) sont sensibilisé-e-s au problème de la consommation problématique d'alcool et de la dépendance. Ils et elles disposent d'outils et de compétences pour détecter ces situations, soutenir les personnes concernées à diminuer leur consommation et les orienter vers le réseau des professionnel-le-s du canton.

A cet effet, le canton de Fribourg prévoit d'être intégré comme canton pilote dans le projet PEPrA. Ce projet de prévention dans le domaine des soins, soutenu par Promotion Santé Suisse et coordonné par la Fédération des médecins suisses FMH, prévoit le renforcement des aspects de prévention au cabinet médical. Le projet est mené par la FMH, en collaboration avec les différents projets actuellement actifs sur cette thématique (notamment EviPrev, Paprica, Crise et Suicide, Coaching santé, Vivre sans tabac). Le projet s'inscrit en lien avec les thématiques mouvement, tabac, alcool, substances psychoactives, santé psychique, et à terme également alimentation. En lien avec les évidences scientifiques, le projet inscrit en son centre une formation à l'entretien motivationnel des médecins en cabinet ainsi que divers outils leur permettant d'aborder ces différentes thématiques de santé publique à titre de prévention avec le ou la patient-e.

4. *Dans l'intérêt de notre jeunesse, l'interdiction de publicité de l'ensemble des drogues (tabac, alcool, etc.) serait l'une des mesures les plus efficaces. La compétence d'intervention dans ce domaine revient au canton. Quelle est sa position concernant ce sujet ?*

En préambule, le Conseil d'Etat souligne que la consommation de produits du tabac et la consommation problématique d'alcool sont des enjeux prioritaires de santé publique. Dans ce cadre-là, il a déjà mené des réflexions ainsi que des analyses révélant que les restrictions de publicité en lien avec les produits du tabac et de l'alcool sont des mesures reconnues par les évidences scientifiques.

### **Restrictions de publicité pour les produits du tabac**

Selon l'Organisation mondiale de la santé OMS, la publicité pour les produits du tabac peut « apporter une justification sociale au tabagisme, entraver les efforts de sensibilisation aux dangers du tabac et renforcer l'influence de l'industrie du tabac sur les médias et le monde du sport et du divertissement ». Selon une estimation, une mesure de restriction de publicité permettrait à elle seule de diminuer la consommation de tabac d'environ 7 % (Willemsen, M. and de Blij, B. (1998) Tobacco advertising. Tobacco Control Factsheets. Uzyskano 30(04). Sur cette base, les limitations

de publicité pour le tabac doivent faire partie des priorités des politiques menées au niveau fédéral et cantonal.

L'Observatoire des stratégies marketing pour les produits du tabac (<http://www.observatoire-marketing-tabac.ch>) a révélé l'omniprésence de la publicité en Suisse romande (dans les points de vente, les bars, les cafés, les boîtes de nuit, les festivals, les événements privés, les réseaux sociaux, les médias, le cinéma et l'espace public) et la créativité des techniques utilisées, qui ciblent tout particulièrement les jeunes.

Au niveau fédéral, la réglementation actuelle concernant la publicité des produits du tabac présente des lacunes. Alors que l'efficacité d'une interdiction totale de la publicité pour les produits du tabac a été démontrée et qu'une telle mesure structurelle est recommandée par l'OMS, la Suisse accuse un important retard en la matière. L'interdiction de la publicité pour les produits du tabac constitue un enjeu prioritaire des débats en cours au niveau fédéral.

C'est dans le but de combler différentes lacunes et avec la révision totale de la loi sur les denrées alimentaires et les objets usuels (LDAI) qui exclura les produits du tabac de son champ d'application, que le Conseil fédéral a soumis au Parlement un projet de loi fédérale sur les produits du tabac et les cigarettes électroniques (p-LPTab). Toutefois, le p-LPTab inclut actuellement uniquement des restrictions de publicités visant « exclusivement la jeunesse ».

A cet effet, le Conseil d'Etat fribourgeois a, dans sa prise de position sur le projet LTab soumis en consultation, salué la volonté du Parlement fédéral de protéger la jeunesse tout en relevant le fait que le projet LTab actuel, en incluant des restrictions en matière de publicité visant exclusivement les mineurs, prévoit des mesures insuffisantes et peu efficaces pour la protection des jeunes face au tabagisme. Les effets attendus de mesures si spécifiques ne se réaliseront pas dans la réalité actuelle: les mineur-e-s ont accès à la presse en général, en particulier aux magazines People, se déplacent seul-e-s, en groupe ou en compagnie d'adultes dans des lieux où des publicités sont visibles (parkings, centres commerciaux, etc.), participent à des festivals, vont au cinéma après 20 h et vont s'approvisionner dans des kiosques. De ce fait, les jeunes continueront d'être massivement exposés à la publicité de l'industrie du tabac si la publicité, la promotion et le parrainage des produits du tabac sous toutes les formes continuent à y être autorisés. Ainsi, il est indispensable d'intégrer des mesures de santé publique comme l'interdiction totale de publicité au niveau de la législation fédérale pour permettre une protection efficace des mineur-e-s. L'interdiction globale de la publicité, de la promotion et du parrainage pour les produits du tabac est une mesure centrale de la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac (CCLAT, art. 13), dont l'efficacité a été démontrée. La nouvelle loi doit empêcher l'industrie du tabac d'employer cette stratégie publicitaire en introduisant une interdiction globale de publicité, de promotion et de parrainage pour les produits du tabac. Tous les espaces de vie doivent être exempts de publicité pour le tabac. Cela suppose, entre autres et outre les mesures proposées dans la loi, d'interdire la publicité étendue dans les espaces publics, dans les médias et sur le lieu de vente ainsi que la promotion au moyen de rabais. A l'heure actuelle, environ la moitié des mesures de commercialisation prises par l'industrie du tabac consiste à faire de la publicité sur le lieu de vente. Il est essentiel que cette interdiction s'applique également aux cigarettes électroniques avec et sans nicotine, aux produits du tabac à chauffer, et à usage oral, car dans le cas contraire, ces produits pourraient être utilisés afin de continuer indirectement à faire de la publicité pour le tabagisme respectivement à promouvoir la dépendance à la nicotine. En outre, l'interdiction du parrainage doit s'appliquer à toutes les manifestations.

Au niveau cantonal fribourgeois, différents aspects de restriction sont intégrés actuellement dans les bases légales existantes.

Selon l'art. 35 de la Loi du 16 novembre 1999 sur la santé (LSan), la publicité pour les produits du tabac est « interdite dans les institutions d'enseignements et de santé et dans leurs proximités immédiates ». Selon l'article 31 de la Loi du 25 septembre 1997 sur l'exercice du commerce (LCom), la vente de tabac est interdite dans le canton de Fribourg aux personnes de moins de 16 ans depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2009. Hormis cette exception, la publicité pour les produits du tabac n'est pas réglementée dans le canton. Fribourg se range ainsi parmi les cantons n'ayant apporté qu'une faible restriction supplémentaire à la législation fédérale sur la publicité et le parrainage pour les produits du tabac.

Conscient de cette problématique, l'interdiction de la publicité pour les produits du tabac constitue une thématique prioritaire du Programme cantonal fribourgeois de prévention du tabagisme 2018-2021. D'autre part, le Conseil d'Etat a récemment adapté plusieurs bases légales afin de mieux protéger les mineur-e-s du tabagisme. Le Conseil d'Etat a ainsi déjà donné suite à la question 2018-CE-25 Solange Berset « Un nouveau produit tabagique » en élargissant l'ordonnance concernant la fumée passive aux nouveaux produits du tabac, qui visent aussi les jeunes. De plus, il a élargi la directive du 30 juin 2014 concernant l'interdiction de fumer des cigarettes électroniques pour le personnel de l'Etat dans les bâtiments de l'administration aux nouveaux produits nicotïnés. Enfin, le Conseil d'Etat a mis en consultation l'adaptation de l'article 31 al. 1 de la LCom afin de réglementer la vente de ces nouveaux produits et de les soumettre aux mêmes réglementations que les produits de tabac. De plus, il propose d'augmenter l'âge limite pour la vente des produits du tabac à 18 ans. L'analyse des retours de la consultation est en cours.

Un groupe de travail interdirectionnel étudie actuellement les potentiels de renforcement des restrictions de publicité au niveau cantonal.

### **La consommation problématique d'alcool : un enjeu prioritaire de santé publique**

La consommation d'alcool est une réalité déjà chez les jeunes. L'étude internationale Health Behaviour in School-aged Children (HBSC), réalisée en 2018, montre qu'au niveau suisse près de deux tiers des jeunes de 15 ans ont déjà consommé de l'alcool. À cet âge, 11 % des garçons et 4 % des filles boivent de l'alcool au moins une fois par semaine. En outre, 27 % des garçons de 15 ans et 24 % des filles du même âge ont connu au moins une fois au cours des 30 jours précédant l'enquête une consommation épisodique à risque (ivresse ponctuelle ou encore « binge drinking », consommation d'au moins 5 boissons alcoolisées lors d'une même occasion). Il n'est pas non plus rare que des jeunes de cet âge arrivent à se procurer de l'alcool en l'achetant dans un magasin, un kiosque, un bar ou un restaurant : au niveau suisse, 27 % des garçons et 16 % des filles ont obtenu de l'alcool au moins une fois de cette manière<sup>3</sup>.

La consommation d'alcool peut avoir des conséquences à court terme sur la santé des jeunes (blessures, violences, accidents de la circulation, intoxications alcooliques, relations sexuelles à risque), et également à long terme (impact sur le développement physique et émotionnel du jeune,

---

<sup>3</sup> Delgrande Jordan, M., Schneider, E., Eichenberger, Y., & Kretschmann, A. (2019). La consommation de substances psychoactives des 11 à 15 ans en Suisse – Situation en 2018 et évolutions depuis 1986 - Résultats de l'étude Health Behaviour in School-aged Children (HBSC) (rapport de recherche No 100). Lausanne: Addiction Suisse.

impact sur la vie scolaire et pré-professionnelle, voire développement et installation d'une consommation problématique)<sup>4</sup>. Les études ont montré que plus la consommation d'alcool débute tôt dans la vie, plus il y a de risques de souffrir d'addiction à l'âge adulte.

D'une manière générale, la consommation problématique d'alcool a un coût global important pour la société. C'est le cas non seulement en termes de coûts directs du secteur de la santé provoqués par les hospitalisations, la prise en charge en vue d'une désintoxication, le traitement des maladies dues à une consommation problématique d'alcool (cirrhose, cancer du foie, pancréatite, lésions à l'estomac, maladies psychiques, etc.), ou encore les lésions corporelles consécutives à une consommation problématique d'alcool (accidents de la route, de travail, violences, etc.), mais aussi en termes de pertes de productivité pour l'économie dues à l'absentéisme. Une étude a estimé ainsi qu'en 2014, le coût de la consommation d'alcool en Suisse s'élevait à 4.2 milliards de francs, 80 % des coûts concernant des pertes de productivité dans l'économie, 15 % étant directement imputables au secteur de la santé, et 6 % sont attribués au secteur pénal.

### **Restrictions de publicité pour les produits d'alcool**

Selon la fondation Addiction Suisse, l'industrie de l'alcool dépense chaque année 42 millions de francs en publicité. D'une manière générale, la publicité pour l'alcool présente les produits de manière attractive et favorable, caractéristique d'un certain style de vie et adopte des codes qui plaisent aux jeunes (les soirées, ambiances festives, musiques, etc.). Elle laisse ainsi penser que la consommation d'alcool est normale, positive, attractive, et également que tout le monde en consomme. Le dernier Panorama Suisse des addictions 2020 met en évidence que les fabricants sont imaginatifs et inventent des produits qui ciblent principalement la jeunesse (bières de saveur sucrée ; cocktails déjà prêts, produits lights, ou aromatisés ; shots d'alcool proposés sous formes de sucrerie ; et même eaux minérales alcoolisées aux USA)<sup>5</sup>.

Bien qu'au niveau fédéral, la Loi sur l'alcool (LAlc) comporte quelques restrictions de publicité pour les alcools forts uniquement, la publicité pour l'alcool reste omniprésente. En 2016, la fondation Addiction Suisse a publié une étude représentative sur les opinions relatives aux mesures de prévention structurelle concernant l'alcool qui met en évidence que plus de 80 % de la population en suisse a remarqué de la publicité pour l'alcool au moins occasionnellement, cette proportion atteignant 94 % parmi les 20-24 ans. Les lieux les plus souvent cités sont dans la rue ou dans les magasins (59.5 %), dans les journaux et magazines (57.9 %), à la télévision (39.9 %), lors d'événements sportifs ou de leur retransmission (28.6 %), à des concerts ou expositions (23.0 %) et sur Internet (19.4 %)<sup>6</sup>. Les auteurs concluent que les jeunes sont particulièrement réceptifs et réceptives à la publicité pour l'alcool.

Au-delà de la publicité sur un support physique, internet et les réseaux sociaux ont permis de créer de nouvelles opportunités particulièrement intéressantes pour l'industrie de l'alcool. Une étude sur le marketing et la vente d'alcool sur Internet<sup>7</sup> met en évidence que les réseaux sociaux sont devenus une nouvelle « plateforme » de marketing viral, dans laquelle ce sont les utilisateurs et utilisatrices

---

<sup>4</sup> Ibid.

<sup>5</sup> Addiction Suisse (2020) Panorama Suisse des addictions 2020

<sup>6</sup> Marmet & Gmel (2016)

<sup>7</sup> Marthaler, M., Zobel, F. (2016). Alkoholmarketing und –Verkauf über das Internet: Eine Auslegeordnung. Synthese der vier Teilprojekte. Lausanne: Sucht Schweiz



des réseaux qui font indirectement la promotion des marques d'alcool en partageant du contenu ou en « aimant » des pages. Par exemple, certaines marques d'alcool, que ce soit des boissons fermentées ou distillées, ont leurs propres pages Instagram qui comptent à travers le monde des milliers de « followers » voire mêmes de jeunes ambassadeurs et ambassadrices des marques, créant ainsi à nouveau une image positive et attractive de l'alcool. La régulation dans le domaine d'internet et des réseaux sociaux est insuffisante.

De nombreuses évidences scientifiques montrent que la publicité en faveur d'alcool présentée sous des aspects attractifs et positifs contribue à normaliser les comportements de consommation. Or d'un point de vue de santé publique, la réglementation de la publicité est reconnue comme une mesure efficace pour diminuer l'attrait de la consommation d'alcool<sup>8</sup>. Par conséquent, toute mesure qui participe à réduire l'attractivité du produit contribue à instaurer un environnement favorable à la santé.

### **Cadre légal en matière de publicité au niveau fédéral**

La politique suisse en matière d'alcool se fonde sur toute une série de dispositions légales. Ces dispositions contribuent à modifier le contexte dans lequel évoluent les individus (forces stratégiques en matière de prévention structurelle). Les dispositions légales existantes règlent en premier lieu la sécurité des produits, la fabrication et la mise sur le marché. En outre, il existe différentes prescriptions légales relatives à la protection de la santé, ainsi qu'aux restrictions de vente, à la tromperie, aux taxes, à la publicité, à la sécurité routière et à la sécurité au travail.

Au niveau fédéral, les restrictions concernant la publicité pour l'alcool sont contenues principalement dans la Loi sur l'alcool (LALc Art. 42). La LALc concerne uniquement les boissons distillées. Ainsi, les boissons fermentées comme la bière ou le vin ne sont pas soumises aux dispositions de la LALc.

La publicité pour les boissons distillées est ainsi interdite :

- a) à la radio et à la télévision,
- b) dans et sur les bâtiments ou parties de bâtiments destinés à des usages publics et sur l'aire qui en dépend,
- c) dans et sur les installations et véhicules des transports publics,
- d) sur les places de sport ainsi que lors de manifestations sportives,
- e) lors de manifestations auxquelles participent surtout des enfants et des adolescent-e-s ou qui sont organisées principalement pour eux et elles,
- f) dans les commerces ou établissements qui vendent des médicaments ou dont l'activité consiste principalement à sauvegarder la santé,
- g) sur les emballages et les objets usuels qui ne contiennent pas de boissons distillées ou n'ont aucun rapport avec elles.

Cette loi ne concernant que l'alcool distillé, ce type de publicité est par conséquent autorisé pour les alcools fermentés comme la bière ou le vin. La Loi fédérale du 24 mars 2006 sur la radio et la télévision (LRTV) interdit quant à elle la publicité pour les alcools distillés. L'Ordonnance sur les

---

<sup>8</sup> Marmet, S., Gmel, G. (2016). Suchtmonitoring Schweiz - Werbung für Alkohol in der Schweiz im Jahr 2015, Sucht Schweiz, Lausanne, Schweiz

denrées alimentaires (ODAIIOUs) interdit la publicité pour les boissons alcooliques qui s'adresse aux jeunes de moins de 18 ans. Toute publicité sur les boissons alcooliques s'adressant spécialement aux jeunes de moins de 18 ans est interdite. Elle est notamment interdite :

- a) dans les lieux et lors des manifestations fréquentées principalement par les jeunes;
- b) dans les publications qui s'adressent principalement aux jeunes;
- c) sur les objets utilisés principalement par les jeunes; et
- d) sur les objets distribués à titre gratuit aux jeunes.

Sur la base de ces constats, en regard des faibles restrictions prévues au niveau fédéral en ce qui concerne la consommation de produits du tabac, le Conseil d'Etat est favorable à un renforcement des restrictions de publicité au niveau cantonal. Il a mis en consultation l'adaptation de l'article 31 al. 1 de la Loi sur l'exercice du commerce (LCom) afin de réglementer la vente de ces nouveaux produits et de les soumettre aux mêmes réglementations que les produits de tabac. De plus, il propose d'augmenter l'âge limite pour la vente des produits du tabac à 18 ans. L'analyse des retours de la consultation est en cours.

Le Conseil d'Etat est également en train de traiter la réponse à la motion 2020-GC-16 concernant la protection de la jeunesse contre la publicité liée au tabac et aux alcools forts.

*29 juin 2020*