Des slogans percutants contre la pub du tabac

Vendredi, c'est la Journée mondiale sans tabac. Le moment d'écraser sa clope et d'interdire sa publicité

Des affiches au format mondial sur les murs, des spots dans les transports publics et les salles de cinéma. Que raconte cette nouvelle campagne? Des choses définitives: «La publicité rend impuissant. La publicité provoque le cancer. La publicité tue.»

C'est dit sans détour. Les initiateurs en veulent aux messages racoleurs véhiculés par l'industrie du tabac. Ils combattent ce matraquage agressif, cette façon de cibler sur la jeunesse ce produit – unique en son genre morbide – qui tue la moitié de ses consommateurs, soit un peu plus de six millions de fumeurs chaque année, une personne toutes les six secondes.

«Ils», ce sont le Dr Jean-Paul Humair, directeur du Cipret-Genève, le Dr Edouard Tursan d'Espaignet, représentant de l'OMS à Genève, mais aussi Pascal Diethelm, le président d'OxyRomandie. Tous ont pris la parole hier lors d'une conférence de presse instructive, à deux jours de la Journée mondiale sans tabac, fixée au 31 mai. Thème adopté pour cette date attendue par l'OMS: interdire justement la publicité, la promotion et le parrainage en faveur du tabac.

Dans un pays comme la Suisse, il y a du boulot. «La position de notre pays est plutôt faible en la matière», note Laurent Huber, responsable notamment de l'*Action on smoking and Health*, dont les bureaux sont à Washington, aux Etats-Unis. Il ajoute: «J'ai honte de voir ces publicités un peu partout, de l'aéroport à la gare Cornavin, en passant par les parkings du centre-ville. C'est une façon de ne pas protéger le citoyen, de faire passer les intérêts commerciaux de l'industrie cigarettière avant notre santé.»

Cette campagne de contre-affichage vise en outre à encourager la Suisse à adopter une législation interdisant toute publicité, directe ou indirecte. «Avec près de 40 000 points de vente sur son petit territoire, la Suisse a l'un des réseaux de vente de tabac les plus denses du monde. Pour être efficace, l'interdiction de la publicité pour le tabac doit donc s'appliquer intégralement aux points de vente», résume Pascal Diethelm.

«La Suisse a l'un des réseaux de vente de tabac les plus denses du monde»

Pascal Diethelm
Président d'OxyRomandie

Récemment, rappelle le communiqué du Cipret, le Musée international de la Croix-Rouge a renoncé au parrainage de ses activités par l'industrie du tabac, en restituant à son donateur les 150 000 francs reçus. La campagne qui commence n'a, elle, pas de prix. **Thierry Mertenat**