



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Département fédéral de l'intérieur DFI
Fonds de prévention du tabagisme FPT

Fonds de prévention du tabagisme

Document stratégique

Stratégie Fonds de prévention du tabagisme 2020 – 2024



Table des matières

Partie 1 : Bases

	La stratégie en bref	3
1	Contexte	4
2	Cadre	5

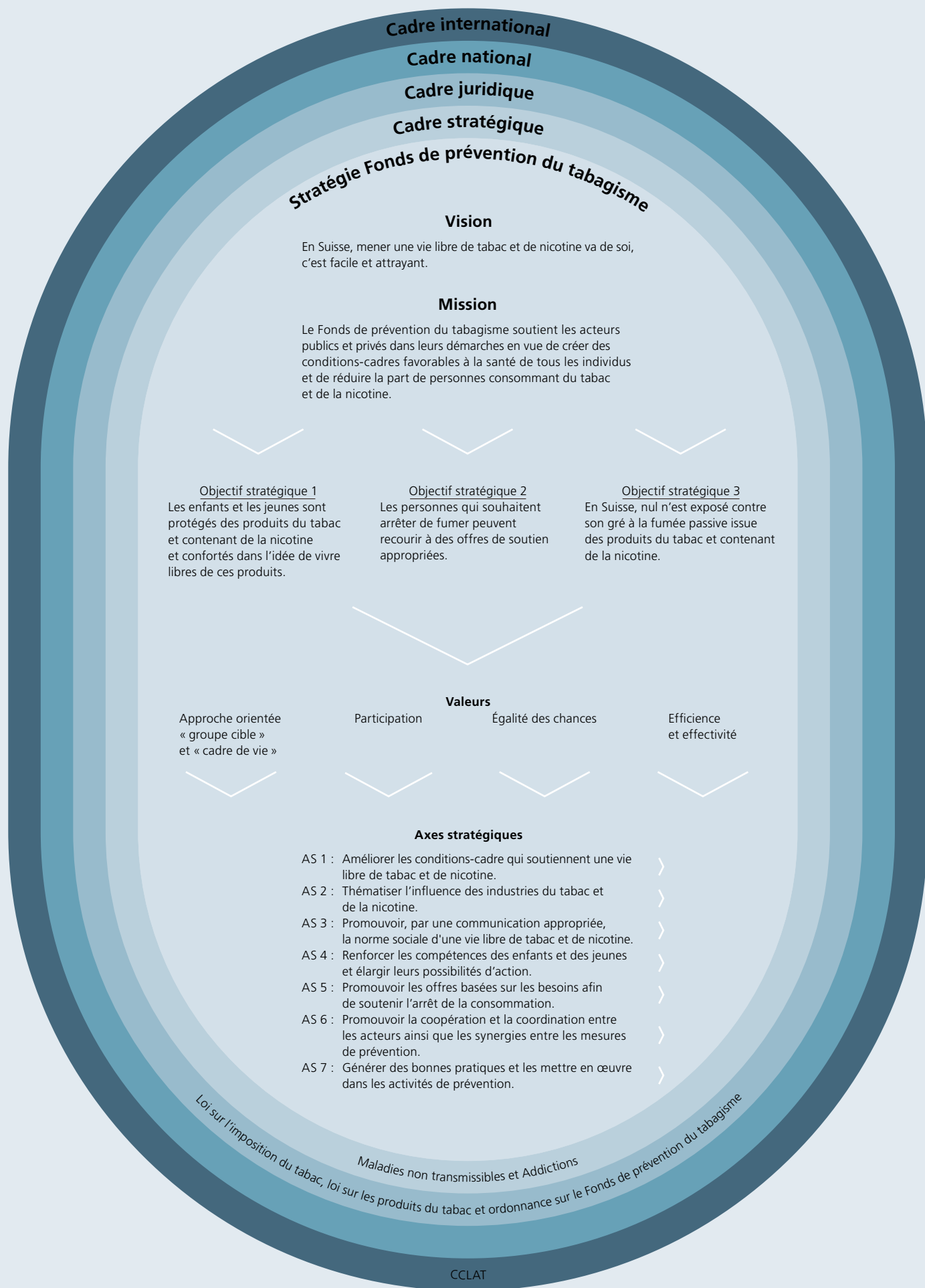
Partie 2 : Stratégie

3	Vision	7
4	Mission	8
5	Objectifs stratégiques	8
6	Valeurs centrales	9
7	Axes stratégiques	10

Partie 3 : Mise en œuvre

8	Acteurs et responsabilités	28
9	Monitoring et évaluation	31

La stratégie en bref



1 Contexte

Les maladies non transmissibles (MNT), telles que le cancer, le diabète, les maladies cardiovasculaires et les affections chroniques des voies respiratoires, sont responsables de la majorité des décès en Suisse. La consommation de tabac constitue un des principaux facteurs de risque de contracter une MNT.

Consommation de tabac en Suisse

Conformément à l'Enquête suisse sur la santé 2017, environ 27 % de la population adulte a déclaré volontairement qu'elle fumait¹. Le nombre de décès dus à la consommation de tabac reste à un niveau relativement stable depuis 1996, avec toutefois un recul chez les hommes et une hausse chez les femmes. En 2012, on dénombrait pour 100 000 habitants 156 décès dus à des maladies causées par le tabagisme chez les hommes et 81 chez les femmes. Sur l'ensemble des décès, 15 % était imputable au tabagisme, soit environ un décès sur sept.² En 2017, le tabagisme a causé la mort de près de 9 500 personnes. En outre, même si la consommation de tabac et de produits à base de nicotine n'a pas toujours une issue fatale, elle occasionne des souffrances qui revêtent la forme de maladies de longue durée et nuisent à la qualité de vie.

Le tabagisme passif présente, lui aussi, un grand risque pour la santé et entrave la liberté individuelle puisque les non-fumeurs inhalent les mêmes substances nocives et cancérigènes que les fumeurs. Le tabagisme occasionne des coûts médicaux directs très élevés. Par ailleurs, les absences temporaires ou durables des collaborateurs malades pèsent sur l'économie, car elles provoquent des pertes de production se montant à près de 5 milliards de francs par an³. Ces derniers temps, des produits alternatifs aux produits du tabac connus ont envahi le marché. Ils ne contiennent pas de tabac, mais leur teneur en nicotine crée aussi une dépendance chez leurs consommateurs.

Des mesures structurelles préventives et le mode de vie peuvent avoir une influence sur de nombreuses MNT. Une réduction de la prévalence de la consommation de tabac et de nicotine requiert une prévention efficace. En Suisse, celle-ci est considérablement influencée par les structures fédéralistes. La promotion de la santé et la prévention des maladies sont effectivement du ressort des cantons et des communes, conformément à la répartition fédérale des compétences. En outre, nombre d'autres acteurs privés ou publics s'engagent dans ce domaine.

Stratégie pour le Fonds de prévention du tabagisme

Le dernier *Programme national tabac (PNT)* s'est achevé en 2016. Depuis lors, les stratégies nationales *Prévention des maladies non transmissibles (stratégie MNT)* et *Addictions* constituent le principal projet stratégique de la prévention du tabagisme en Suisse⁴. Toutefois, ces stratégies ne concrétisent pas leurs objectifs en se focalisant sur certains facteurs de risques, comme la consommation de tabac et de nicotine. La présente *stratégie Fonds de prévention du tabagisme 2020–2024* comble cette lacune pour le Fonds de prévention du tabagisme (FPT).

1 <https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home.html> > Trouver des statistiques > Santé > Enquête suisse sur la santé 2017

2 <https://www.obsan.admin.ch/fr> > Indicateurs > Indicateurs MonAM > Système de monitoring suisse des Addictions et des Maladies non transmissibles > Tabac

3 ZHAW (2019) « Die Krankheitslast des Tabakkonsums in der Schweiz: Schätzung für 2015 und Prognose bis 2050 » (en allemand)

4 <https://www.bag.admin.ch/bag/fr/home.html> > Stratégie & politique > Stratégies nationales en matière de santé > Maladies non transmissibles > Stratégie nationale Prévention des maladies non transmissibles > Addictions > Stratégie nationale Addictions

Elle a été élaborée sous la houlette du service FPT. À l'été 2020, des partenaires stratégiques ont été invités à prendre position sur le projet dans le cadre d'une consultation. Tous les documents de base fondamentaux, tels que l'évaluation du FPT réalisée en 2008⁵, le rapport de base publié en 2014 (en allemand uniquement)⁶, l'évaluation des mesures financées jusqu'ici (notamment l'évaluation des programmes cantonaux)⁷ et le rapport du Contrôle fédéral des finances (CDF) paru en 2019⁸ ont été pris en considération lors des travaux. Une grande importance a été attachée au fait que la vision, les objectifs et les axes stratégiques concordent avec ceux des stratégies *MNT* et *Addictions* et contribuent à la concrétisation des objectifs supérieurs d'ici à l'année 2024.

Les points-clés de la stratégie figurent dans le graphique introductif « La stratégie en bref ». Le présent document suit la structure de ce schéma et explique chaque élément stratégique dans le détail. Le chap. 1 décrit les cadres international et national. Les chap. 2 à 4 se penchent sur la vision, la mission et les objectifs stratégiques. Le chap. 5 passe en revue les valeurs sur lesquelles le FPT s'appuie dans son travail quotidien. Le chap. 6 aborde chacun des axes stratégiques. Le chap. 7 présente les aspects essentiels de la mise en œuvre de la stratégie et le chap. 8 se concentre sur le monitoring et l'évaluation.

2 Cadre

International

Entrée en vigueur en février 2005, la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac (CCLAT, en anglais: Framework Convention on Tobacco Control, FCTC)⁹ est le premier traité de droit international consacré à la protection de la santé publique. Elle demande à chaque partie contractante de mettre en œuvre des stratégies, des programmes et des plans d'action pour diminuer la consommation de tabac et l'addiction nicotinique. Par ailleurs, elle mentionne les mesures efficaces et étayées scientifiquement qui permettent de réduire l'offre et la demande de tabac.

National

La Suisse, le Liechtenstein et Monaco sont les seuls pays d'Europe à ne pas avoir ratifié la CCLAT. Ce fait reflète le manque de cohérence de la politique suisse de santé en ce qui concerne les produits à base de tabac et de nicotine. Aucun âge limite de vente n'a été fixé de manière uniforme et les paquets de cigarettes ne sont pas standardisés. De plus, le sponsoring, la promotion et la publicité ne sont pas interdits à l'échelon national, sauf à la radio et à la télévision. En outre, l'intervention étatique sur le prix des produits du tabac et une augmentation plus conséquente de leur imposition sont bloquées depuis 2013. La Suisse est donc à la traîne par rapport aux autres États européens. La dernière étude TCS (Tobacco control scale TCS¹⁰), publiée à Berlin le 20 février 2020 à l'occasion de la 8e Conférence sur le tabac ou la santé indique que la Suisse a perdu 14 places. Elle occupe désormais l'avant-dernière position du classement, devant l'Allemagne.

- 5 <https://www.tpf.admin.ch/tpf/fr/home.html> > Le Fonds > Le Fonds de prévention du tabagisme > Rapports et évaluation
- 6 <https://www.tpf.admin.ch/tpf/fr/home.html> > Le Fonds > Le Fonds de prévention du tabagisme > Rapports et évaluation
- 7 <https://www.tpf.admin.ch/tpf/fr/home.html> > Programmes cantonaux > Rapports d'évaluation
- 8 <https://www.efk.admin.ch/fr/> > Publications > Formation et social > Santé > Audit de l'utilisation économique des fonds affectés CDF-17542, 4 octobre 2018
- 9 www.who.int/fctc/fr/
- 10 <https://www.tobaccocontrolscale.org>

Juridique

En 2003, les Chambres fédérales se sont exprimées en faveur de la création d'un Fonds de prévention du tabagisme. Il a été institué dans le but de financer des mesures de prévention visant à empêcher le début de la consommation de tabac, à promouvoir son arrêt, à protéger la population du tabagisme passif et, ainsi, à réduire à long terme la consommation de tabac en Suisse. Un service rattaché administrativement à l'Office fédéral de la santé publique (OFSP) dirige le FPT. L'art. 28, al. 2, let. c, de la loi fédérale sur l'imposition du tabac (LTab; RS 641.31) et l'ordonnance sur le fonds de prévention du tabagisme (OFPT; RS 641.316) constituent les bases juridiques. La loi sur les subventions (LSu; RS 616.1) joue un rôle déterminant pour les subventions accordées sur la base de demandes financement.

Deux développements marqueront à l'avenir les conditions-cadres de la prévention du tabagisme et, ainsi, les activités du FPT. Il s'agit, d'une part, de la loi sur les produits du tabac qui est en cours de préparation depuis 2014 et qui devrait entrer en vigueur en juin 2023. Elle uniformisera à 18 ans l'âge minimal pour la vente de produits du tabac et comblera les lacunes légales dans les domaines des produits à base de tabac et de nicotine. D'autre part, l'initiative populaire « Oui à la protection des enfants et des jeunes contre la publicité pour le tabac » déposée en 2019 exige l'interdiction totale de la publicité pour le tabac pour autant qu'elle atteigne les enfants et les jeunes. Le Conseil fédéral a décidé de recommander le rejet de cette initiative sans lui opposer de contre-projet. Toutefois, il entend parallèlement s'engager à renforcer la protection de la jeunesse dans le cadre des travaux parlementaires en cours.

En outre, le travail du FPT s'appuie sur la loi fédérale sur la protection contre le tabagisme passif (RS 818.31) et d'autres réglementations juridiques cantonales allant parfois plus loin que celles en vigueur à l'échelon fédéral.

Stratégique

L'objectif 4 de la Politique de la santé: *stratégie du Conseil fédéral 2020–2030 (stratégie Santé2030)* adoptée en décembre 2019 souligne que: « la Confédération, les cantons et les autres acteurs veillent à ce que les citoyens de tous les groupes d'âge bénéficient de conditions favorables leur permettant de mener une vie aussi saine que possible. » Pour atteindre cet objectif, les axes politiques suivants doivent être suivis: *Renforcement de la prévention des maladies non transmissibles* (axe 4.1) et *Promotion de la santé chez les enfants et les adolescents* (axe 4.2). Avec les stratégies *MNT* et *Addictions* publiées en 2016, la stratégie *Santé2030* constitue le cadre stratégique supérieur pour la prévention du tabagisme menée par la Confédération, les cantons, la Fondation Promotion Santé Suisse (PSCS) et les organisations non gouvernementales (ONG) ainsi que d'autres acteurs.

Les stratégies *MNT* et *Addictions* et leurs plans de mesures ont remplacé, dans le domaine de la prévention du tabagisme et de la dépendance à la nicotine, le *Programme national tabac 2008–2016 (PNT)*, sans toutefois concrétiser les objectifs liés à chaque facteur de risque, comme la consommation de tabac et de nicotine. Elles insistent entre autres sur le fait qu'il est essentiel d'encourager la prise de responsabilité en renforçant les compétences de la population en matière de santé, de promouvoir un cadre favorable à la santé, d'empêcher une consommation problématique, d'apporter un soutien précoce aux personnes à risque et de les aider à s'en sortir. Ces axes stratégiques, de même que les quatre piliers (prévention, thérapie, réduction des risques et réglementation) de la politique suisse des addictions décrits dans la stratégie *Addictions* et les deux principes MNT « la prise en compte des besoins des personnes est une priorité » et « les approches de la prévention structurelle et comportementale sont combinées » sont à la base de la présente stratégie.

Sociétal

La structure fédéraliste de la Suisse détermine tant le système politique que celui en matière de prévention. Conformément à la répartition fédérale des compétences, les tâches liées à la promotion de la santé et à la prévention des maladies incombent aux cantons et aux communes, lesquels se voient confier les activités essentielles ayant trait à la prévention comportementale et structurelle. Les organisations non gouvernementales (ONG), les associations spécialisées et les particuliers jouent un rôle important dans le domaine de la prévention du tabagisme (p. ex., dans le cadre des thérapies et de la fourniture de conseils en cas d'addiction, de la recherche, de travaux de sensibilisation du public et d'interventions politiques).

La Confédération est compétente en matière de gestion des processus législatifs. Elle effectue des tâches subsidiaires et/ou supérieures, notamment dans les secteurs de la recherche et du monitoring, de l'information, de la surveillance et de la coordination de l'exécution d'actes ainsi que dans le cadre de la collaboration internationale. Elle est aussi responsable du Fonds de prévention du tabagisme, par l'intermédiaire du Département fédéral de l'intérieur (DFI). Une fonction spéciale revient au service FPT en sa qualité de service fédéral ayant une base légale définie et de gestionnaire des recettes fiscales.

Trois des leaders mondiaux de la fabrication de cigarettes (British American Tobacco Switzerland, Japan Tobacco International et Philip Morris International) ont leur siège en Suisse. Cette forte présence se répercute sur les processus décisionnels tant cantonaux que fédéraux et se fait clairement sentir – p. ex., opposition à l'interdiction de publicité déjà en vigueur dans les pays voisins. La population ne partage pas cet avis: en 2018, deux tiers des Suisses se sont déclarés favorables à une interdiction générale de la publicité pour les produits du tabac. La majorité d'entre eux approuvent l'interdiction du sponsoring de manifestations culturelles et sportives par l'industrie du tabac. Les personnes sondées souhaitent majoritairement qu'il soit interdit de fumer dans des voitures transportant des enfants (82,6 %) et sur les places de jeux (78,2 %). Par conséquent, la majorité d'entre elles veulent des mesures structurelles de prévention du tabagisme¹¹.

3 Vision

La consommation de tabac représente le principal risque pour la santé, lié au mode de vie et la première cause de maladies non transmissibles et de décès précoce. Il s'agit d'un comportement nocif pour la santé et susceptible de nuire aux individus vivant dans l'entourage de personnes qui fument. La tendance à se tourner vers des « formes de consommation de tabac et de nicotine moins dangereuses » permet peut-être – en particulier lorsque les produits ne contiennent pas de tabac – de réduire le risque pour la santé, mais elle ne résout pas le problème de l'addiction. Le FPT axe son action sur la concrétisation de sa vision, en se reposant sur l'état actuel des connaissances.

En Suisse, mener une vie libre de tabac et de nicotine va de soi, c'est facile et attrayant.

11 <https://www.obsan.admin.ch/fr> > Thèmes de santé > Tabac – Opinion de la population relative aux mesures structurelles

La vision renforce le caractère évident d'une vie libre de tabac et de nicotine en remettant en question l'image toujours positive de ces substances et la banalisation de la consommation ainsi qu'en encourageant une évaluation réaliste des produits à base de tabac et de nicotine. Il convient de soutenir l'engagement aussi bien individuel que collectif en faveur d'une réduction de la consommation.

4 Mission

Le FPT agit en tant que structure qui finance, habilite et aide les acteurs qui s'engagent pour une vie libre tabac et de nicotine. Il joue un rôle central dans la prévention du tabagisme en Suisse, car il soutient des mesures nationales efficaces et fondées sur la stratégie, applique les normes de qualité, encourage les innovations, réunit les acteurs en sa qualité de coordinateur et, par là-même, crée des effets de synergie.

Le Fonds de prévention du tabagisme soutient les acteurs publics et privés dans leur démarche en vue de créer des conditions-cadres favorables à la santé de tous les individus et de réduire la part de personnes consommant du tabac et de nicotine.

5 Objectifs stratégiques

Trois objectifs stratégiques découlent de la mission. Ils décrivent la contribution du FPT à l'efficacité et permettent de se rapprocher de la vision. Ils se fondent sur le but du FPT défini à l'art. 2, al. 2, de l'OFPT, en vertu duquel les mesures de prévention doivent viser entre autres à empêcher le début de la consommation de tabac, à promouvoir son arrêt et à protéger du tabagisme passif.¹² Les trois objectifs stratégiques reprennent ces trois éléments fondamentaux « Empêcher le début de la consommation de tabac », « Promouvoir son arrêt » et « Protéger du tabagisme passif » et les concrétisent pour le FPT.

Enfants et jeunes

Les enfants et les jeunes sont protégés des produits du tabac et contenant de la nicotine et confortés dans l'idée de vivre libres de ces produits.

Chez la majorité des consommateurs, l'addiction au tabac et à la nicotine remonte à l'enfance et à l'adolescence. Deux tiers des fumeurs et fumeuses ont commencé avant l'âge de 20 ans¹³. Aussi le FPT met-il l'accent sur les enfants et les jeunes. À cet âge, une pression extérieure – la publicité pour les produits du tabac mais aussi l'influence de l'entourage proche et de l'environnement social – accompagne fréquemment le début de la consommation. S'ajoutent à cela l'envie des jeunes de faire leurs expériences et le fait qu'ils sous-estiment souvent leur vulnérabilité. C'est pourquoi les enfants et les jeunes doivent être non seulement protégés, mais aussi confortés dans leurs capacités de décider eux-mêmes de mener une vie libre de tabac et de nicotine.

12 OFPT; RS 641.316

13 www.suchtmonitoring.ch > Tabac

Arrêt de la consommation

Les personnes qui souhaitent arrêter de fumer peuvent recourir à des offres de soutien appropriées.

Une majorité de fumeurs et de fumeuses cherchent à stopper leur consommation¹⁴. Toutefois, le tabac et la nicotine provoquent une dépendance physique et psychique. L'arrêt de la consommation constitue donc une étape importante et souvent difficile. Même les offres de soutien étayées scientifiquement ne garantissent pas son succès – seul un tiers des personnes qui souhaitent arrêter de fumer atteignent leur objectif grâce à elles. Le FPT veille à ce que les offres de soutien répondent de manière optimale aux besoins des personnes souhaitant arrêter de fumer et qu'elles leur soient facilement accessibles.

Consommation passive

En Suisse, nul n'est exposé contre son gré à la fumée passive issue des produits du tabac et contenant de la nicotine.

La consommation de tabac et de nicotine nuit non seulement aux consommateurs eux-mêmes, mais aussi aux personnes dans leur entourage qui sont exposées de manière passive à la fumée du tabac et aux vapeurs de nicotine. Le FPT favorise donc la création de conditions-cadres qui assurent que personne ne respire plus involontairement de la fumée du tabac ou de la vapeur de nicotine.

6 Valeurs centrales

Approche orientée « groupe cible » et « cadre de vie »

Il n'existe aucune mesure de prévention universelle avec une même efficacité pour toute la population. Même si la nécessité de disposer de ces mesures découle d'une perspective en matière de santé publique, les offres et les activités doivent être adaptées au mode de vie, aux thèmes, aux valeurs et aux besoins de chaque groupe cible. Les conditions de vie concrètes et les conditions-cadres sociales, économiques et écologiques doivent être prises en compte.

Participation

La prévention de la consommation de tabac et de nicotine est un processus sociétal global qui ne peut pas être mis en œuvre par quelques acteurs faisant cavaliers seuls. Toutes les mesures doivent ainsi être réalisées avec la participation active des groupes cibles et d'acteurs souhaitant avoir une influence sur une vie libre de tabac et de nicotine. Conjointement avec les différents acteurs à tous les niveaux, le FPT aspire à créer des conditions-cadres favorables à la santé afin de réduire la part de consommateurs et consommatrices de tabac et de nicotine. Une collaboration ciblée a lieu avec les cantons. Le FPT soutient les programmes cantonaux de prévention du tabagisme et de la dépendance à la nicotine en mettant à disposition des mesures nationales effectives et efficaces et en les subventionnant via des montants forfaitaires.

Égalité des chances

Le FPT souhaite permettre à tous les individus, de manière égale, de vivre libre de tabac et de nicotine. Ce souhait n'est pas réalisable pour tout le monde dans la même mesure. C'est pourquoi le FPT accorde une attention spéciale aux personnes qui sont particulièrement exposées aux risques, qui n'ont qu'un accès limité voire aucun aux prestations de prévention ou qui ne profitent que très peu de facteurs de protection. Par ailleurs,

14 <https://www.obsan.admin.ch/fr> > Thèmes de santé > Disposition à arrêter de fumer

Efficienc e et effectivité

il veille particulièrement à ce que les mesures de prévention tiennent compte des différences spécifiques au genre, socioéconomiques et socioculturelles ainsi qu'aux stigmatisations liées à la consommation de tabac et de nicotine.

Le FPT a pour mission de financer des mesures de prévention qui contribuent à réduire la consommation de tabac et de nicotine de manière économique et durable. D'un point de vue purement économique, toutes les mesures n'ont pas la même efficacité en termes de coûts. Des approches spécifiques aux groupes cibles et aux cadres de vie peuvent, par exemple, demander beaucoup de travail et donc occasionner des coûts élevés, mais se révéler quand même judicieuses en fonction de la situation. Dans le cadre du financement des mesures, le FPT poursuit l'objectif d'investir ses ressources financières de manière efficace (axée sur les objectifs) et aussi efficiente (économiquement) que possible afin d'en dégager la plus grande utilisée pour la population.

7 Axes stratégiques

Le FPT a défini sept axes stratégiques (AS) pour atteindre les trois objectifs de la stratégie.

- AS 1 : Améliorer les conditions-cadre qui soutiennent une vie libre de tabac et de nicotine.**
- AS 2 : Thématiser l'influence des industries du tabac et de la nicotine.**
- AS 3 : Promouvoir, par une communication appropriée, la norme sociale d'une vie libre de tabac et de nicotine.**
- AS 4 : Renforcer les compétences des enfants et des jeunes et élargir leurs possibilités d'action.**
- AS 5 : Promouvoir les offres basées sur les besoins afin de soutenir l'arrêt de la consommation.**
- AS 6 : Promouvoir la coopération et la coordination entre les acteurs ainsi que les synergies entre les mesures de prévention.**
- AS 7 : Générer des bonnes pratiques et les mettre en œuvre dans les activités de prévention.**

Ces sept axes sont déterminants pour la conception de programmes et pour le financement de mesures de prévention de la consommation de tabac et de nicotine réalisées par des acteurs publics et privés. Afin que la stratégie FPT puisse être mise en œuvre avec efficacité, le FPT est tributaire du fait que non seulement les acteurs dont il finance directement les projets, mais aussi toutes les personnes impliquées à différents niveaux et dans différents domaines assument leurs responsabilités respectives.

Le tableau ci-dessous fournit une vue d'ensemble de la contribution de chaque axe à la concrétisation des trois objectifs stratégiques. Les interdépendances entre les axes sont indiquées à la fin de chaque description et dans le tableau figurant au chap. 7.8.

Les sept axes de la stratégie	Contribution des axes stratégiques à la concrétisation des objectifs de la stratégie		
	1 Les enfants et les jeunes sont protégés des produits du tabac et contenant de la nicotine et confortés dans l'idée de vivre libres de ces produits.	2 Les personnes qui souhaitent arrêter de fumer peuvent recourir à des offres de soutien appropriées.	3 En Suisse, nul n'est exposé contre son gré à la fumée passive issue des produits du tabac et contenant de la nicotine.
1 Améliorer les conditions-cadres qui soutiennent une vie libre de tabac et de nicotine.	■■■	■■	■■■
2 Thématiser l'influence des industries du tabac et de la nicotine.	■■■	■	■■■
3 Promouvoir, par une communication appropriée, la norme sociale d'une vie libre de tabac et de nicotine.	■■■	■■■	■■■
4 Renforcer les compétences des enfants et des jeunes et élargir leurs possibilités d'action.	■■■		■■
5 Promouvoir les offres basées sur les besoins afin de soutenir l'arrêt de la consommation.		■■■	■■
6 Promouvoir la coopération et la coordination entre les acteurs ainsi que les synergies entre les mesures de prévention.	■■■	■■■	■■■
7 Générer des bonnes pratiques et les mettre en œuvre dans les activités de prévention.	■■■	■■■	■■■

7.1 Axe stratégique 1 : Conditions-cadres

Améliorer les conditions-cadres qui soutiennent une vie libre de tabac et de nicotine.

Nécessité d'agir

En Suisse, les messages dénonçant la nocivité des produits à base de tabac et de nicotine se heurtent à l'omniprésence de ces produits et à leur consommation. En d'autres termes, les individus sont quotidiennement exposés à des stimuli extrêmement contradictoires s'agissant de la consommation de tabac et de nicotine. Tout le monde sait d'une part que la consommation de tabac et de nicotine nuit à la santé et d'autre part, elle est visible en tout lieu, tous les jours et elle est acceptée. Des figures d'exemple, comme les parents ou d'autres personnes de référence, fument en présence de leurs enfants tout en leur disant qu'ils ne doivent pas les imiter.

Dans ce contexte, opter pour une vie libre de tabac et de nicotine est un défi pour de nombreux jeunes. Les conditions-cadres contribuent donc à ce que les individus commencent à consommer du tabac ou de la nicotine. Il en va de même pour l'arrêt de la consommation de tabac et de nicotine qui échoue souvent bien que la majorité des fumeurs et des fumeuses souhaitent y parvenir. La dépendance physique n'est pas la seule raison de cet échec. Les conditions-cadres, qui rendent le fait de fumer attrayant, y sont pour beaucoup également.

Les messages de la prévention du tabagisme relatifs à l'arrêt de la consommation de tabac et de nicotine ne sont pas très crédibles étant donné qu'ils sont en contradiction avec ce que les personnes vivent tous les jours. Cette ambivalence nuit aux efforts fournis pour empêcher les enfants et les jeunes de commencer à fumer et pour soutenir les personnes dans leur démarche pour arrêter de fumer.

Défis

Les messages de prévention ne doivent pas être perçus comme une mise sous tutelle ou une ingérence dans la liberté individuelle, mais comme un soutien. Il faut des mesures motivantes se concentrant non seulement sur l'individu et son comportement, mais aussi sur le changement des conditions-cadres. Il est nécessaire de mettre en place des activités qui servent à protéger la population en général et les individus en particulier, notamment les groupes particulièrement vulnérables et dignes de protection, comme les enfants et les jeunes.

En comparaison européenne, la législation suisse relative à la prévention de la consommation de tabac et de nicotine est hétérogène et peu développée. Pour améliorer cette situation, il faut des acteurs forts qui s'engagent aux niveaux politique et légal. S'agissant des produits alternatifs, tels que les cigarettes électroniques, le tabac à chauffer (p. ex., IQOS, Juul) ou le snus, ils doivent également faire l'objet d'une réglementation appropriée.

Mesures-clés

Soutenir les acteurs – Soutenir des programmes cantonaux au moyen de contributions forfaitaires afin de promouvoir une interdiction plus large de la publicité et du sponsoring, de restreindre l'accès au tabac (imposer des interdictions de vente, introduire des licences pour la vente) et créer des conditions-cadres favorables à la santé dans le canton. Soutenir les cantons, les communes, les associations et les autres acteurs afin que les lieux où des enfants et des jeunes se tiennent (places de jeu, installations sportives et scolaires, terrasses des restaurants, arrêts des transports publics, etc.) soient non-fumeurs.

Promouvoir la protection à la place de travail – Collaborer avec les employeurs pour réglementer la consommation de tabac au travail, notamment dans les métiers et les branches particulièrement exposés, pour réduire la visibilité de la consommation et pour empêcher les apprentis de commencer à fumer.

Informersur les interdépendances – Informer la population sur les interdépendances qui existent entre les conditions-cadres aggravantes et le comportement individuel et sur les changements qui doivent donc être opérés.

Mettre en œuvre des mesures de sensibilisation – Informer sur les risques liés à la consommation et attirer l'attention sur le fait que le tabagisme passif n'englobe pas uniquement la fumée, mais aussi le stimulus visuel. Personne ne devrait donc fumer sous les yeux d'un enfant.

Soutenir l'optimisation des conditions-cadres juridiques – Soutenir l'engagement des acteurs pertinents en faveur de conditions-cadres juridiques pour une vie libre de tabac et de nicotine.

Acteurs

Le FPT lance et finance des mesures qui soutiennent cet axe stratégique. Pour le concrétiser, il envisage également de soutenir les acteurs suivants et/ou de collaborer avec eux :

- l'Administration fédérale qui fixe le cadre stratégique, légifère et coordonne ;
- les cantons qui mettent en œuvre les mesures structurelles et réalisent les programmes cantonaux de prévention du tabagisme, Addictions et MNT ;
- les communes qui, en fonction de leur marge de manœuvre, protègent les groupes vulnérables, tels que les enfants et les jeunes ;
- l'Association suisse pour la prévention du tabagisme AT qui, en sa qualité d'organisation faitière, coordonne et met en réseau les acteurs et qui, en tant que centre de compétences, met à disposition les connaissances ;
- les organisations de prévention qui ont une influence sur la conception de politiques et mettent en œuvre des mesures concrètes pour optimiser les conditions-cadres ;
- les associations sportives qui sensibilisent leurs membres et les visiteurs, les protègent du tabagisme passif et concrétisent des mesures pour limiter la visibilité de la consommation de tabac et de nicotine dans le milieu sportif ;
- les employeurs qui permettent à leurs collaborateurs et collaboratrices de travailler dans un environnement sans fumée.

Interfaces et interdépendances

Chaque axe stratégique a des interfaces (cf. chap. 7.8). Il convient de mettre en exergue :

l'axe stratégique 2 : les industries du tabac et de la nicotine ont une très grande influence sur les conditions-cadres, via la publicité et le lobbying politique entre autres. La contradiction qui existe entre les messages de prévention et la réalité demeure sans les éléments de l'axe stratégique 2 ;

l'axe stratégique 3 : de nouvelles conditions-cadres ne peuvent être créées que si elles sont soutenues par une communication active avec la population et les acteurs-clés ;

l'axe stratégique 4 : les enfants et les jeunes sont le groupe le plus vulnérable s'agissant de la consommation de tabac et de nicotine. Ils profitent donc dans une très large mesure des conditions-cadres qui encouragent une vie libre de tabac et de nicotine.

7.2 Axe stratégique 2: Industrie du tabac

Thématiser l'influence des industries du tabac et de la nicotine.

Nécessité d'agir

En Suisse, les industries du tabac et de la nicotine ont, grâce à leurs stratégies de marketing globales, une influence tant sur la politique que sur la science et sur les décisions de tout un chacun quant à sa consommation. Leurs intérêts se situent diamétralement à l'opposé de ceux d'une politique efficace en matière de prévention du tabagisme. Aux termes de l'art. 5.3 de la CCLAT, les Parties veillent à ce que les politiques de santé publique en matière de lutte antitabac ne soient pas influencées par les intérêts commerciaux et autres de l'industrie du tabac.

Les fabricants de produits à base de tabac et de nicotine développent constamment de nouvelles formes de publicité et de nouveaux moyens d'exercer leur influence. Certains de ces instruments, tels que le publipostage, la publicité d'influenceurs sur Internet, le sponsoring, le marketing sur le lieu de vente ou des articles dans les journaux, sont moins facilement identifiables pour le public. S'ajoute à cela la mise en avant des produits alternatifs à base de tabac et de nicotine en lieu et place des cigarettes traditionnelles.

Alors que la publicité pour le tabac classique enregistre une baisse dans de nombreux secteurs publics, celle faite autour de ces nouveaux produits augmente en Suisse. Ils sont présentés comme une alternative aux produits traditionnels et comme une solution pour arrêter de fumer. Par ailleurs, la publicité est conçue de sorte à les rendre attrayants pour les enfants et les jeunes. Là où des substituts nicotiques éprouvés et étayés scientifiquement peuvent jouer un rôle dans une prévention couronnée de succès, les produits alternatifs sont, dans la pratique, souvent consommés en plus des cigarettes, ce qui leur ôte tout bénéfice pour la santé.

Il est donc important de faire la lumière sur l'influence que les industries du tabac et de la nicotine ont tant sur la politique que sur la science et sur les décisions de tout un chacun quant à sa consommation.

Défis

Dans certains cantons, les industries du tabac et de la nicotine sont des employeurs et des contribuables importants. Il en résulte un conflit d'intérêts, notamment avec les objectifs des programmes de prévention Tabac, MNT et Addictions.

Les fabricants vendent leurs produits alternatifs à base de tabac et de nicotine jusqu'ici non réglementés comme des produits attrayants et moins nocifs que les cigarettes traditionnelles. Ils se présentent de plus en plus au public comme des acteurs impliqués dans la lutte contre l'épidémie de tabac. La perception que les individus ont de ces produits s'en trouve ainsi déformée, ce qui complique la prise d'une décision informée.

Mesures-clés

Mettre en évidence les stratégies de marketing – Mettre en évidence les stratégies de marketing des industries du tabac et de la nicotine en se fondant sur des exemples et informer à ce sujet.

Informer et sensibiliser – Informer sur les conséquences que les cigarettes traditionnelles et les produits alternatifs à base de tabac et de nicotine ont sur la santé et la société et sensibiliser à ce sujet.

Mener un travail de relations publiques et dans les médias – Mener un travail de relations publiques et dans les médias et réagir aux rapports actuels des fabricants de produits à base de tabac et de nicotine et aux développements qu'ils effectuent dans ce domaine.

Permettre à la population de se forger une opinion – Permettre à la population de se forger une opinion grâce au soutien d'acteurs issus de la société civile.

Mettre en évidence les interdépendances – Mettre en évidence et traiter les interdépendances qui existent entre le thème de la santé et d'autres sujets (p. ex. la formation, la protection de l'environnement, les droits humains, la coopération au développement, le financement de la recherche).

Appliquer l'art. 5.3 de la CCLAT – Ne collaborer avec aucune organisation qui travaille avec les industries du tabac et de la nicotine ou qui est soutenue par celles-ci et n'accorder de subventions à aucune d'entre elles.

Acteurs

Pour concrétiser cet axe stratégique, le FPT envisage de soutenir les acteurs suivants et/ou de collaborer avec eux :

- les cantons qui s'engagent au sens de la CCLAT et qui, dans le cadre des programmes cantonaux, communiquent de manière transparente sur l'influence de l'industrie du tabac ;
- l'Association suisse pour la prévention du tabagisme AT qui, en sa qualité d'organisation faîtière, coordonne et met en réseau les acteurs et qui, en tant que centre de compétences, met à disposition les connaissances ;
- les acteurs issus de la société civile qui s'engagent activement thématiser et à réduire l'influence de l'industrie du tabac ;
- les universités, les hautes écoles et les instituts de recherche qui réalisent des études faisant la lumière sur l'influence de l'industrie du tabac ;
- les médias qui identifient les stratégies que l'industrie du tabac développe pour asseoir son influence et qui informent à ce sujet ;
- les représentants légaux et les pédagogues qui informent les enfants et les jeunes sur l'influence de l'industrie du tabac et s'investissent en faveur de leur protection.

Les autres acteurs importants à même d'agir au sens du présent axe stratégique sont les politiciens qui identifient et nomment les stratégies que les fournisseurs de produits à base de tabac et de nicotine développent pour asseoir leur influence et qui légifèrent pour soutenir cet axe, la Commission fédérale pour les questions liées aux addictions et à la prévention des maladies non transmissibles (CFANT) qui met à disposition son savoir spécialisé et les entreprises ainsi que les instituts de recherche qui refusent les offres de sponsoring des industries du tabac et de la nicotine.

Interfaces et interdépendances

Chaque axe stratégique a des interfaces (cf. chap. 7.8). Il convient de mettre en exergue :

l'axe stratégique 1 : l'influence des industries du tabac et de la nicotine définit notre environnement et les conditions-cadres dans lesquelles nous évoluons au quotidien ;

l'axe stratégique 3 : seule la transparence au niveau des stratégies et de l'influence des fabricants de produits à base de tabac et de nicotine permet un discours éclairé ;

l'axe stratégique 4: les produits nicotiniques alternatifs sont très attrayants pour les enfants et les jeunes, en raison de leur saveur notamment. Ils ne sont pas sans danger pour la santé. En outre, des indices prouvent que la consommation de produits nicotiniques alternatifs peut encourager la consommation de produits du tabac ;

l'axe stratégique 5: avec les produits alternatifs à base de tabac et de nicotine, les industries du tabac et de la nicotine favorisent l'addiction.

7.3 **Axe stratégique 3:** **Norme sociale**

Promouvoir, par une communication appropriée, la norme sociale d'une vie libre de tabac et de nicotine.

Nécessité d'agir

Le fait de fumer a été associé très tôt à la notion de liberté et ce, de manière ciblée. Ce lien est fortement ancré chez certains individus, notamment parce que l'industrie du tabac continue de vendre cette liberté avec succès en utilisant de nouvelles métaphores. Ce constat vaut depuis peu pour les distributeurs commerciaux de produits nicotiniques.

Certaines personnes et certains groupes interprètent les mesures visant à réduire la consommation de tabac et de nicotine comme une tentative de restreindre la liberté individuelle. Par conséquent, la prévention du tabagisme a souvent une image négative. D'aucuns la taxent de « frein au plaisir » et de menace pour le libre choix.

Cependant, il n'en demeure pas moins que le tabac est un des principaux facteurs influençant la contraction d'une MNT et que la nicotine possède un fort potentiel d'addiction qui, selon les personnes et la situation de vie, peut conduire à une très forte dépendance et à une restriction de l'autonomie, soit le contraire de la liberté. Outre l'influence de l'entourage social et des personnes de référence, les stratégies de marketing contribuent dans une très large mesure à la dépendance. Il est donc quelque peu réducteur de penser que la consommation de tabac et de nicotine est le résultat du libre choix de l'individu.

Des étapes importantes, comme l'interdiction de fumer dans les lieux publics, ont déjà été franchies. Un véritable changement au niveau de la norme aura lieu lorsque le lien entre le fait de fumer et la notion de liberté sera supprimé et que la consommation de tabac et de nicotine ne sera plus perçue comme un acte de liberté épanouissant. Le tabac et la nicotine ne doivent pas accompagner les individus dans tous leurs mouvements, que ce soit sous la forme de publicités subtiles ou de la consommation en elle-même.

Défis

Les vieilles normes et images sont profondément ancrées dans la conscience collective. Le changement prend du temps et ne peut pas se produire du jour au lendemain. Il est d'autant plus important que les acteurs de la prévention du tabagisme s'approprient le pouvoir des mots en se mettant d'accord sur une terminologie et des messages communs et en les utilisant régulièrement et de manière conséquente.

Les produits alternatifs encouragent la normalisation de la consommation de tabac et de nicotine. Il faut donc des messages clairs qui empêchent que ces produits ne deviennent une nouvelle normalité.

Les adultes ont le droit de consommer des produits à base de tabac et de nicotine même s'ils nuisent à leur propre santé. En vertu de l'art. 11 de la Constitution suisse, les enfants et les jeunes ont droit à une protection particulière de leur intégrité et à l'encouragement de leur développement. Par conséquent, il incombe à la société de les protéger de l'influence de la publicité ciblée faite par les industries du tabac et de la nicotine.

Mesures-clés

Harmoniser et professionnaliser la communication – Harmoniser la communication des différents acteurs qui s'engagent en faveur d'une vie libre de tabac et de nicotine. Des messages de motivation et de soutien doivent constituer le cœur de la communication, en lieu et place d'avertissements et d'interdictions exclusivement. Il sera fait appel à des spécialistes pour professionnaliser la communication.

Se réapproprier la notion de liberté – Remplacer par de nouvelles images la représentation que les personnes se font du fumeur, à savoir un épicurien épris de liberté, cool et indépendant. Il importe de choisir des images qui illustrent la liberté de mener une vie sans dépendance et sans fumée et ce, sans stigmatiser les consommateurs de tabac et de nicotine. Il ne faut pas uniquement se focaliser sur la santé et les risques, mais aussi sur les bénéfices d'une vie libre de tabac et de nicotine. Il s'agit d'élaborer des messages de motivation et de soutien en ce sens.

Thématiser les limitations à la liberté de fumer – Mettre en évidence des situations dans lesquelles la liberté de fumer ne va pas de soi (p. ex., fumer sur les places de jeux et les terrasses de restaurant) ou dans lesquelles on communique de manière très unilatérale sur le tabac et la nicotine (p. ex. publicité dans l'entourage des enfants et des jeunes).

Promouvoir la communication des médias – Dans le cadre du travail auprès du public, faire en sorte que les médias abordent des thèmes pertinents relatifs à la prévention du tabagisme.

Réagir aux messages publicitaires – Mettre au jour les informations erronées et les messages publicitaires qui banalisent les produits à base de tabac et de nicotine et leur consommation.

Acteurs

Le FPT lance et finance des mesures qui soutiennent le changement de norme. Pour concrétiser cet axe stratégique, il envisage également de soutenir les acteurs suivants et/ou de collaborer avec eux:

- la Confédération qui communique sur la problématique du tabac et de la nicotine au moyen de newsletters, de la plateforme en ligne pour les partenaires, de fiches d'information et d'autres médias;
- l'Association suisse pour la prévention du tabagisme AT qui, en sa qualité d'organisation faîtière, coordonne et met en réseau les acteurs et qui, en tant que centre de compétences, met à disposition les connaissances;
- les acteurs de la prévention du tabagisme (y c. les ONG cantonales) qui encouragent une position commune et la mise en œuvre de principes de communication et de messages communs;
- les spécialistes de la communication qui élaborent des bases pour des messages et des stratégies de communication positifs;
- les cantons qui, dans leur domaine de responsabilité, édictent des réglementations qui soutiennent le changement de norme;
- les organisations de la jeunesse, de l'enfance et de la formation qui, dans leur domaine de compétence, imposent des règles et confortent les enfants et les jeunes dans leur identité de non-fumeur.

Les autres acteurs importants à même d'agir au sens du présent axe stratégique sont les politiciens qui encouragent le changement de norme et légifèrent en conséquence ainsi que les médias qui abordent le thème du changement de norme.

Interfaces et interdépendances

Chaque axe stratégique a des interfaces (cf. chap. 7.8). Il convient de mettre en exergue :

l'axe stratégique 1 : la norme sociale a une grande influence sur les conditions-cadres qui soutiennent une vie libre tabac et de nicotine ;

l'axe stratégique 2 : les stratégies de promotion élaborées par les industries du tabac et de la nicotine ont une grande influence sur la norme sociale. Le risque existe que les produits alternatifs à base de tabac et de nicotine rendent de nouveau la consommation de nicotine plus largement acceptée.

7.4 Axe stratégique 4 : Enfants et jeunes

Renforcer les compétences des enfants et des jeunes et élargir leurs possibilités d'action.

Nécessité d'agir

L'enfance et l'adolescence sont les périodes critiques pour commencer à consommer du tabac et de la nicotine. En effet, pour la plupart des fumeurs et des fumeuses, la consommation a débuté avant les 25 ans. Plus les personnes commencent à fumer tôt, plus il leur est difficile d'arrêter par la suite. La société a une responsabilité à ce niveau. L'art. 11 de la Constitution suisse souligne effectivement que les enfants et les jeunes ont droit à une protection particulière de leur intégrité et à l'encouragement de leur développement.

Les conditions-cadres dans l'environnement des enfants et des jeunes leur permettent difficilement de se décider à vivre libre de tabac et de nicotine. Une étude sur la promotion des produits du tabac en Suisse romande met ainsi en évidence le fait qu'un jeune est exposé 65 fois par jour en moyenne à des incitations liées aux produits du tabac. Il n'est donc pas étonnant que le monitoring des addictions révèle que près d'un tiers des 15-25 ans (31,6 %) fument.

Défis

Les enfants et les jeunes vivent dans une société au sein de laquelle la consommation de tabac et de nicotine est normalisée, banalisée et représentée comme un signe d'auto-nomie ou de maturité. Tant que de telles conceptions bénéficieront d'une vaste diffusion, il sera difficile d'offrir aux jeunes un cadre de vie favorisant leur développement.

La prévalence élevée et stable de la consommation de tabac dans la société se répercute négativement sur la liberté des jeunes de choisir une vie sans fumée ni nicotine. Il est fort probable qu'un jeune, dont les parents, les proches et les amis ne fument pas, reste non-fumeur. La promotion ciblée et omniprésente des produits à base de tabac et de nicotine dans des lieux réels ou virtuels ainsi que le manque d'espaces non-fumeurs entravent le libre développement des enfants et des jeunes et nuisent à leur santé.

Les produits nicotiques alternatifs ne sont pas sans danger pour la santé. Leur saveur notamment les rend très attrayants pour les enfants et les jeunes. En outre, des indices prouvent que la consommation de produits nicotiques alternatifs peut encourager

celle de produits du tabac. Les mécanismes de la normalisation sociale et de la prédisposition individuelle à la consommation de substances jouent un rôle déterminant dans ce contexte.

Mesures-clés

Élaborer et mettre en œuvre un programme pour l'enfance et la jeunesse – Élaborer et mettre en œuvre un programme national pour l'enfance et la jeunesse, en collaboration avec des partenaires intéressés. Dans le cadre de ce programme, tous les acteurs concernés pourront s'engager de sorte à créer, pour les enfants et les jeunes, un environnement dans lequel il est simple et attrayant de vivre libre de tabac et de nicotine. Afin de rendre les offres de prévention du tabagisme attrayantes pour les enfants et les jeunes, ces derniers sont intégrés dans l'élaboration des offres.

Modifier le cadre de vie – Amener les enfants et les jeunes à questionner et façonner activement leur cadre de vie, leur faire découvrir les avantages de vivre libre de tabac et de nicotine, aborder la question de la visibilité, de l'accessibilité des produits, de la publicité et de la consommation et recadrer le discours sur les produits, sur la consommation et la prévention.

Mobiliser la société civile – Associer les enfants et les jeunes à l'élaboration et la mise en œuvre des mesures, réagir aux développements sociaux et politiques et exiger l'évolution nécessaire, rendre visible et mettre en réseau les organisations et les personnes engagées, promouvoir l'importance d'une vie libre de tabac et de nicotine.

Unir les différentes forces – Financer avant tout le soutien transversal aux partenaires du programme ainsi que la mise au point des mesures, collaborer avec les organisations et les personnes du contexte spécifique et s'appuyer sur celles-ci, offrir des mesures à long terme réalisables au profit d'un maximum de personnes, et les améliorer en permanence, tirer parti des structures en place ou en créer de nouvelles.

Akteure

Le FPT initie, finance et coordonne des mesures qui renforcent les compétences des enfants et des jeunes et élargissent leurs possibilités d'action. Il regroupe ces mesures dans le cadre d'un programme national pour l'enfance et la jeunesse et les interconnecte avec des initiatives de tiers. Pour concrétiser cet axe stratégique, il envisage également de soutenir les acteurs suivants et/ou de collaborer avec eux :

- les cantons qui soutiennent les mesures du programme pour l'enfance et la jeunesse dans le cadre des programmes cantonaux et l'Administration fédérale qui s'engage en faveur de la santé des enfants et des jeunes ;
- les acteurs de la prévention du tabagisme qui, dans le cadre du programme pour l'enfance et la jeunesse, mettent en œuvre les mesures dans les contextes de la famille, de l'école, du sport, des loisirs et du travail ;
- les organisations pour les enfants et les jeunes ainsi que d'autres organisations dans le domaine de la protection et de la promotion de la jeunesse qui, dans le cadre du programme pour l'enfance et la jeunesse, mettent en œuvre les mesures dans les contextes de la famille, de l'école, du sport, des loisirs et du travail et les écoles qui s'engagent pour le développement des enfants et des jeunes, leurs compétences et un environnement favorable à la santé ;
- l'Association suisse pour la prévention du tabagisme AT qui, en sa qualité d'organisation faîtière, coordonne et met en réseau les acteurs et qui, en tant que centre de compétences, met à disposition les connaissances ;
- les universités ou les hautes écoles qui élaborent des bases et qui s'engagent pour l'évaluation des mesures ;

- l'Office fédéral du sport (OFSP) qui s'investit dans la formation continue d'experts et d'expertes ainsi que de responsables dans le cadre de la jeunesse et des sports et les associations sportives qui s'engagent en faveur de la protection des jeunes qui font du sport et qui assistent à des manifestations sportives.

Les autres acteurs importants à même d'agir au sens du présent axe stratégique sont l'Armée qui, compte tenu de sa compétence pour les écoles de recrues et les cours de répétition, peut influencer sur les débuts et/ou la reprise de la consommation et les médias qui transmettent aux enfants et aux jeunes une image du tabac et de la nicotine.

Interfaces et interdépendances

Chaque axe stratégique a des interfaces (cf. chap. 7.8). Il convient de mettre en exergue :

l'axe stratégique 1 : les enfants et les jeunes sont le groupe le plus vulnérable s'agissant de la consommation de tabac et de nicotine. Ils profitent donc dans une très large mesure des conditions-cadres grâce auxquelles il est facile de vivre libre de tabac et de nicotine ;

l'axe stratégique 2 : les messages publicitaires de l'industrie du tabac et de la nicotine touchent les enfants et les jeunes ;

l'axe stratégique 3 : les jeunes sont particulièrement sensibles aux normes et aux valeurs de leur cadre de vie. Celles-ci les influencent, que ce soit au niveau sociétal ou via l'opinion et le comportement des parents ou des amis.

7.5 Axe stratégique 5: Arrêt de la consommation

Promouvoir les offres basées sur les besoins afin de soutenir l'arrêt de la consommation.

Nécessité d'agir

Conformément à l'Enquête suisse sur la santé 2017, environ 27 % de la population adulte a déclaré volontairement qu'elle fumait. Toutefois, des études laissent entendre qu'eu égard à la distorsion créée par l'autodéclaration, la prévalence effective de fumeurs devrait être plus élevée. L'enquête révèle que 62 % des fumeurs souhaiteraient arrêter de consommer. Nombre d'entre eux trouvent qu'il est difficile d'arrêter et n'y parviennent qu'après plusieurs tentatives. Des offres adaptées à leurs besoins doivent leur être proposées.

Un arrêt de la consommation de tabac fait considérablement et rapidement diminuer les risques de maladie. Il est donc judicieux, non seulement dans une optique individuelle mais également dans une perspective liée à la santé publique, d'encourager activement les adultes, les enfants et les jeunes à arrêter de consommer

Défis

Il existe en Suisse une multitude d'offres étayées scientifiquement qui soutiennent les personnes désireuses d'arrêter de fumer, mais elles ne touchent qu'une minorité d'entre elles. Selon le Monitoring suisse des addictions, une majorité de personnes essaient d'arrêter de consommer sans recourir à une aide. Il importe d'élaborer de nouvelles offres créatives qui tiennent mieux compte des besoins de toutes les personnes souhaitant arrêter de consommer, qui les soutiennent et qui augmentent ainsi leurs chances d'y parvenir.

En tant qu'addiction, la consommation de tabac a tant une composante sociale (habitude) qu'une cause physique (dépendance physique). Il faut des approches globales qui intègrent les deux aspects et ne mettent pas simultanément les consommateurs sous tutelle, mais renforcent leur sentiment d'efficacité personnelle. Les conditions-cadres structurelles qui favorisent la consommation de tabac (p. ex. les nombreuses formes de publicité) et la présence de consommateurs dans l'espace public rendent son arrêt plus difficile.

Le concept de la réduction des risques en cas de consommation de tabac fait l'objet de controverses parmi les experts et les expertes en matière de prévention du tabagisme et des addictions. Cette divergence d'opinions empêche le développement en commun d'une prévention du tabagisme étayée scientifiquement et encore plus efficace. Dans le domaine de la réduction des risques comme dans tous les autres, il est naturellement indispensable que l'effet des mesures puisse être prouvé.

Certaines personnes ne veulent pas ou ne peuvent pas arrêter de fumer. Si les produits nicotiques alternatifs leur permettent de réduire les risques pour leur santé, ils n'éliminent pas la dépendance. Toutefois, le passage à ce type de produits implique qu'elles renoncent systématiquement au tabac car une consommation parallèle n'a guère d'effets positifs sur la santé.

Actuellement, les produits nicotiques alternatifs sont peu réglementés, ce qui réduit leur potentiel en matière de réduction des risques. Par ailleurs, le danger d'entrer dans le jeu de l'industrie du tabac et de la nicotine existe. Il est dans leur intérêt de maintenir la dépendance et d'acquiescer de nouveaux consommateurs et consommatrices. La promesse selon laquelle les produits alternatifs peuvent favoriser l'arrêt du tabac n'est toujours pas démontrée.

Mesures-clés

Promouvoir des offres axées sur les besoins – Soutenir les personnes désireuses d'arrêter de fumer dans leur projet en leur proposant des offres efficaces. Développer les offres de sorte qu'elles donnent la priorité aux besoins des fumeurs et fumeuses et qu'elles soient facilement accessibles (p. ex., via les médias sociaux).

Développer de nouvelles offres qui touchent également des personnes ayant essayé d'arrêter de consommer seules, sans y parvenir.

Tenir compte de l'égalité des chances – Structurer les offres de sorte qu'elles puissent toucher toutes les personnes en Suisse, indépendamment de leur âge, de leur sexe ou de leurs origines culturelles et de leur statut socio-économique.

Habiliter les multiplicateurs – Habiliter et motiver les multiplicateurs des professions médicales et consultatives à soutenir efficacement leurs patients et leurs clients dans leur démarche d'arrêter de consommer.

Soutenir les entreprises – Soutenir les entreprises et les centres de formation afin qu'ils réglementent la consommation et encouragent la promotion d'un mode de vie sans fumée. Soutenir les efforts en vue de réglementer les produits nicotiques alternatifs – Soutenir la réglementation des produits alternatifs, eu égard à leur autorisation, à leur distribution et à la publicité.

Élargir la reconnaissance par les caisses-maladie – Promouvoir la reconnaissance et le remboursement par les caisses-maladies des prestations de conseil à l'arrêt du tabagisme dispensées par des spécialistes qui ne sont ni médecins ni professionnels de la santé.

Acteurs	<p>Le FPT lance, finance et coordonne des mesures qui contribuent à ce qu'il y ait davantage d'offres axées sur les besoins pour soutenir les personnes dans leur démarche d'arrêter de consommer. Pour concrétiser cet axe stratégique, il envisage également de soutenir les acteurs suivants et/ou de collaborer avec eux :</p> <ul style="list-style-type: none"> – les <u>cantons</u> afin qu'ils soutiennent les mesures proposées en matière d'arrêt de la consommation à l'échelon national, qu'ils les intègrent dans les programmes cantonaux de prévention du tabagisme et qu'ils coordonnent les offres au niveau régional ; – les <u>acteurs de la prévention du tabagisme, les institutions et les personnes travaillant dans le domaine de la santé et le secteur social, les employeurs</u> qui mettent en œuvre des mesures relatives à l'arrêt du tabagisme ou qui introduisent des conditions-cadres favorables à l'arrêt du tabagisme ; – l'<u>Association suisse pour la prévention du tabagisme AT</u> qui, en sa qualité d'organisation faîtière et de centre de compétences, coordonne activement, met en réseau et assume son rôle sur le plan de la communication ; – les <u>universités ou les hautes écoles</u> qui mettent à disposition des bases scientifiques pour des offres d'arrêt du tabagisme efficaces.
---------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Interfaces et interdépendances

Chaque axe stratégique a des interfaces (cf. chap. 7.8). Il convient de mettre en exergue :

l'axe stratégique 1 : si moins de personnes sont dépendantes des produits à base de tabac et de nicotine, des conditions-cadres favorables à la santé peuvent être mises en œuvre plus rapidement ;

l'axe stratégique 2 : la promotion de l'arrêt de la consommation réduira le marché des industries du tabac et de la nicotine et diminuera leur influence ;

l'axe stratégique 3 : le soutien visible offert aux fumeurs et aux fumeuses et la baisse de leur nombre au sein de la population contribuent positivement au changement de norme souhaité ;

l'axe stratégique 4 : les enfants et les jeunes sont non seulement soutenus dans leur démarche d'arrêter de consommer, mais ils sont également protégés du tabagisme passif grâce à la promotion de l'arrêt de la consommation. Les stimuli optiques sont réduits.

7.6 Axe stratégique 6 : Coopération et coordination

Promouvoir la coopération et la coordination entre les acteurs ainsi que les synergies entre les mesures de prévention.

Nécessité d'agir

En Suisse, une multitude d'acteurs interviennent dans le domaine de la prévention du tabagisme. D'une part, la prévention et la promotion de la santé sont du ressort des cantons et, d'autre part, un grand nombre d'initiatives ou d'organisations de prévention privées sont implantées aux échelons national, cantonal ou régional. Le FPT ne finance que partiellement les activités de prévention. Outre les cantons, des communes, des fondations ou d'autres acteurs privés concrétisent des mesures de prévention du tabagisme dont ils prennent parfois en charge les coûts.

Défis	<p>Il en résulte que les mesures de prévention peuvent souvent être développées sur les plans de la coordination et de l'utilisation des synergies. Le FPT est l'un des principaux partenaires financiers. À ce titre, il joue un rôle fondamental s'agissant de la coopération, de la coordination et de la promotion des synergies. Tous les acteurs sont unanimes sur le fait que le FPT doit assumer cette fonction nécessaire. Ce faisant, il veille à ce que son action soit harmonisée de manière cohérente avec les stratégies nationales <i>MNT</i> et <i>Addictions</i>.</p> <p>Même si la coordination et la coopération sont généralement saluées, la mise en œuvre présente un grand défi étant donné qu'elle est synonyme de réduction de l'autonomie et de la liberté d'organisation. Par ailleurs, la collaboration peut, au premier coup d'œil, occasionner davantage de charges. C'est pourquoi il est primordial que les acteurs déterminent ensemble et avec le FPT les domaines dans lesquels un renforcement de la collaboration est judicieux et conduit à une optimisation de l'efficacité et de l'effectivité.</p> <p>Le FPT ne finance qu'une partie des mesures de prévention du tabagisme et de la nicotine en Suisse. Lorsqu'il n'est pas partenaire financier principal, son influence sur la promotion de la collaboration reste limitée.</p>
Mesures-clés	<p><u>Soutenir l'organisation faîtière</u> – Promouvoir et soutenir l'Association suisse pour la prévention du tabagisme AT dans son rôle d'organisation faîtière coordinatrice et en tant que centre de compétences.</p> <p><u>Regrouper les activités et mettre l'accent sur certains aspects</u> – Motiver les acteurs à regrouper le plus possible leurs activités et à mettre l'accent sur certains aspects de la prévention du tabagisme. Encourager une collaboration à large échelle au sens de la <i>stratégie MNT</i>.</p> <p><u>Promouvoir les synergies</u> – Promouvoir l'exploitation des synergies entre les différentes mesures de prévention en réclamant et en soutenant la collaboration et la coordination nécessaires entre les acteurs.</p> <p><u>Encourager la participation</u> – Encourager la participation active des acteurs impliqués dans la prévention du tabagisme et les échanges entre eux.</p> <p><u>Entretenir les contacts</u> – Entretenir les contacts avec des organisations importantes en ne se limitant pas à la prévention du tabagisme et les associer aux réflexions et aux activités du FPT.</p>
Acteurs	<p>Le <u>FPT</u> fixe des conditions-cadres et veille à la coordination et à la coopération lors de l'attribution des ressources. Pour concrétiser cet axe stratégique, il envisage également de soutenir les acteurs suivants et/ou de collaborer avec eux :</p> <ul style="list-style-type: none"> – <u>les cantons et leurs conférences (CDS, CDAS, CDIP)</u> qui, dans le cadre des programmes de prévention du tabagisme, MNT et Addictions, collaborent, exploitent les synergies, évitent les doublons et assument des tâches de coordination pour les acteurs cantonaux; – <u>la Confédération</u> qui encourage la coopération au moyen de plateformes d'échange, de manifestations nationales et régionales et de tables rondes; – <u>l'Association suisse pour la prévention du tabagisme AT</u> qui, en sa qualité d'organisation faîtière, coordonne et met en réseau les acteurs et qui, en tant que centre de compétences, met à disposition les connaissances;

- les acteurs privés actifs dans le domaine de la prévention qui regroupent leurs activités et exploitent les synergies ;
- les associations spécialisées et les associations professionnelles qui soutiennent les objectifs de la prévention du tabagisme dans leur secteur et apporte leur expertise.

Interfaces et interdépendances

Eu égard à la multitude d'acteurs œuvrant dans le domaine de la prévention du tabagisme en Suisse, cet axe stratégique constitue la base sur laquelle tous les autres axes stratégiques se fondent (cf. chap. 7.8). Seules une démarche coordonnée et une collaboration effective permettront de concrétiser les objectifs des autres axes stratégiques.

7.7 Axe stratégique 7: Bonnes pratiques

Générer des bonnes pratiques et les mettre en œuvre dans les activités de prévention.

Nécessité d'agir

L'OFPT précise que le FPT finance des mesures qui contribuent efficacement et durablement à réduire la consommation de tabac et de nicotine. Les mesures de prévention financées par le FPT doivent être effectives et efficientes. Elles seront évaluées en ce sens.

Le FPT doit recevoir des informations sur le fonctionnement et l'efficacité des mesures financées afin de pouvoir évaluer et optimiser l'efficacité et la durabilité de l'allocation des ressources. Les acteurs œuvrant dans le domaine de la prévention du tabagisme doivent pouvoir travailler en se basant sur l'état actuel des connaissances. Outre le savoir théorique, les connaissances issues de l'expérience traitées et analysées dans le cadre d'évaluations entrent aussi en ligne de compte.

Le champ d'action « Monitoring et recherche » de la *stratégie MNT* vise non seulement la mise en place d'un système de monitoring des MNT, mais aussi l'examen des axes de recherche existants et la promotion du transfert de connaissances de la théorie aux activités de prévention. Par ailleurs, un accompagnement scientifique doit soutenir l'innovation. Le FPT fournit une contribution dans ces domaines en sa qualité de partenaire de la *stratégie MNT*. En tant que fonds orienté vers un but, il se concentre sur les besoins de la prévention du tabagisme.

Défis

La promotion de la recherche et l'évaluation sont des tâches certes importantes du FPT, mais ce ne sont pas celles sur lesquelles il doit se pencher en premier. Plusieurs évaluations externes ont recommandé le renforcement et la systématisation des contrôles de l'efficacité et de la gestion des connaissances. Ces activités sont effectuées en collaboration avec d'autres acteurs et via des mandats externes, eu égard aux ressources en matière de personnel.

Nombre de projets de recherche de base sont certes intéressants d'un point de vue scientifique, mais ils ne présentent que très rarement une utilité directe pour les travaux pratiques dans le domaine de la prévention du tabagisme et ne correspondent pas aux priorités que le FPT s'est fixé sur le plan de la promotion.

Mesures-clés

Financer la recherche et les évaluations – Étendre l'état des connaissances dans le domaine de la prévention du tabagisme au moyen de financements et de mandats de recherche et d'évaluation afin d'améliorer tant les activités de la promotion de la santé et de la prévention des maladies que l'économicité et la durabilité de l'allocation des ressources.

Encourager le transfert de connaissances – Le FPT contribue à encourager le transfert de connaissances de la théorie à la pratique et à ce que les mesures de prévention fassent l'objet d'un accompagnement scientifique. Dans ce contexte, il met l'accent sur les besoins concrets ou sur les questions actuelles ayant trait à la prévention du tabagisme.

Communiquer en se concentrant sur les groupes cibles – La communication des résultats de la recherche et des évaluations s'axe sur les différents groupes cibles.

Accompagner scientifiquement les programmes – Des acteurs externes accompagnent scientifiquement le programme pour l'enfance et la jeunesse conformément à l'axe stratégique 4 ainsi que la démarche coordonnée eu égard au soutien apporté à l'arrêt de la consommation selon l'axe stratégique 5. L'accompagnement scientifique comprend des tâches liées au monitoring, à l'évaluation et à la recherche. Il renseigne sur l'efficacité et la nécessité de développer des mesures. Il met en évidence le manque de connaissances, traite les connaissances existantes en vue de combler cette lacune et lance des travaux de recherche.

Acteurs

Le FPT introduit et soutient financièrement l'accompagnement scientifique et l'évaluation des programmes qu'il finance en faveur des enfants et des jeunes adultes entre autres. Pour concrétiser cet axe stratégique, il envisage également de soutenir les acteurs suivants et/ou de collaborer avec eux :

- la Confédération qui génère des connaissances au moyen de travaux de recherche spécifiques, communique via des fiches d'information et des cahiers thématiques notamment et exploite le système de monitoring des addictions et des maladies non transmissibles (MonAM) ;
- les cantons qui intègrent les bonnes pratiques dans leurs activités de prévention et de coordination ;
- l'Association suisse pour la prévention du tabagisme AT qui, en sa qualité d'organisation faîtière, coordonne et met en réseau les acteurs et qui, en tant que centre de compétences, met à disposition les connaissances ;
- les acteurs issus de la société civile qui, grâce à leurs travaux de recherche (p.ex., dans le domaine de l'épidémiologie), fournissent des bases essentielles, analysent les modèles de consommation et les tendances, évaluent les mesures de prévention et intègrent les connaissances acquises dans leurs activités de prévention ;
- les hautes écoles et les instituts de recherche qui se penchent sur les thèmes de la promotion de la santé et de la prévention des maladies et élaborent des connaissances de base ;
- les associations spécialisées et les associations professionnelles qui apportent leur expertise.

Interfaces

Le présent axe stratégique met à disposition la base de connaissances pour tous les autres axes (cf. chap. 7.8). Seule une démarche accompagnée scientifiquement permettra d'atteindre les objectifs des autres axes stratégiques.

7.8 Vue d'ensemble des principales interfaces et interdépendances

Interfaces à et interdépendances avec

Axe stratégique	AS 1	AS 2	AS 3	AS 4	AS 5
AS 1 Améliorer les conditions-cadres qui soutiennent une vie libre de tabac et de nicotine.		Les industries du tabac et de la nicotine ont une très grande influence sur les conditions-cadres, via la publicité et le lobbying politique entre autres.	De nouvelles conditions-cadres ne peuvent être créées que si elles sont soutenues par une communication active avec la population et les acteurs-clés.	Les enfants et les jeunes sont le groupe le plus vulnérable s'agissant de la consommation de tabac et de nicotine. Ils profitent donc dans une très large mesure des conditions-cadres qui encouragent une vie libre de tabac et de nicotine.	
AS 2 Thématiser l'influence des industries du tabac et de la nicotine	L'influence des industries du tabac et de la nicotine définit notre environnement et les conditions-cadres dans lesquelles nous évoluons au quotidien.		Seule la transparence au niveau des stratégies et de l'influence des fabricants de produits à base de tabac et de nicotine permet un discours éclairé.	Les produits nicotine alternatifs sont très attrayants pour les enfants et les jeunes. Ils ne sont pas sans danger pour la santé. En outre, des indices prouvent que la consommation de produits nicotine alternatifs peut encourager la consommation de produits du tabac.	Avec les produits alternatifs à base de tabac et de nicotine, les industries du tabac et de la nicotine favorisent l'addiction.
AS 3 Promouvoir, par une communication appropriée, la norme sociale d'une vie libre de tabac et de nicotine.	La norme sociétale a une grande influence sur les conditions-cadres qui soutiennent une vie libre de tabac et de nicotine.	Les stratégies de promotion élaborées par les industries du tabac et de la nicotine ont une grande influence sur la norme sociétale.			
AS 4 Renforcer les compétences des jeunes et des jeunes et élargir leurs possibilités d'action.	Les enfants et les jeunes sont le groupe le plus vulnérable s'agissant de la consommation de tabac et de nicotine. Ils profitent donc dans une très large mesure des conditions-cadres grâce auxquelles il est facile de vivre libre de tabac et de nicotine.	Les messages publicitaires des industries du tabac et de la nicotine touchent les enfants et les jeunes.	Les jeunes sont particulièrement sensibles aux normes et aux valeurs de leur cadre de vie. Celles-ci les influencent, que ce soit au niveau sociétal ou via l'opinion et le comportement des parents ou des amis.		
AS 5 Promouvoir les offres basées sur les besoins afin de soutenir l'arrêt de la consommation.	Si moins de personnes sont dépendantes des produits à base de tabac et de nicotine, des conditions-cadres favorables à la santé peuvent être mises en œuvre plus rapidement.	La promotion de l'arrêt de la consommation réduira le marché des industries du tabac et de la nicotine et diminuera leur influence.	Le soutien visible offert aux fumeurs et aux fumeuses et la baisse de leur nombre au sein de la population contribuent positivement au changement de norme souhaité.	Les enfants et les jeunes sont non seulement soutenus dans leur démarche d'arrêter de consommer, mais ils sont également protégés du tabagisme passif grâce à la promotion de l'arrêt de la consommation. Les stimuli optiques sont réduits.	

AS 6 Promouvoir la coopération et la coordination entre les acteurs ainsi que les synergies entre les mesures de prévention.	Eu égard à la multitude d'acteurs œuvrant dans le domaine de la prévention du tabagisme en Suisse, cet axe stratégique constitue la base sur laquelle tous les autres axes stratégiques se fondent. Seules une démarche coordonnée et une collaboration effective permettront de concrétiser les objectifs des autres axes stratégiques.
AS 7 Générer des bonnes pratiques et les mettre en œuvre dans les activités de prévention.	Le présent axe stratégique met à disposition la base de connaissances pour tous les autres axes. Seule une démarche accompagnée scientifiquement permettra d'atteindre les objectifs des autres axes stratégiques.

8 Acteurs et responsabilités

8.1.1 Services publics

Confédération

Aux termes de l'art. 25 OFPT, le Secrétariat général du Département fédéral de l'intérieur (SG-DFI) exerce la surveillance sur le FPT. En collaboration avec l'OFSP, le SG-DFI est compétent pour l'orientation stratégique et la gestion du FPT ainsi que pour l'adoption de la planification annuelle, du rapport annuel et du bilan annuel. Les responsabilités et les compétences du FPT, de l'OFSP et du SG-DFI font l'objet d'une réglementation contraignante.

Les compétences de l'OFSP envers le service FPT, qui est rattaché administrativement à cet office, concernent le conseil, la consultation et la gestion du personnel. Le service FPT prend exclusivement les décisions relatives au financement, sans associer l'OFSP au processus. En vertu de l'art. 7, al. 2, OFPT, l'OFSP prend position sur les demandes de financement comportant des mesures de prévention concernant le domaine du sport et de l'activité physique. Le Contrôle fédéral des finances (CDF) exerce la surveillance financière conformément à la loi sur le Contrôle des finances (LCF).

Cantons / Communes

Les cantons et, via ceux-ci, les communes également jouent un rôle important dans le domaine de la prévention du tabagisme en leur qualité de partenaires de planification et de mise en œuvre ainsi que de services chargés de l'exécution. La nature du partenariat varie d'un canton à l'autre. Il se peut donc que la prévention du tabagisme dans un canton fasse partie d'un programme cantonal de prévention plus vaste, plurithématique ou non lié à une substance en particulier qui est réalisé dans le cadre des stratégies nationales *MNT* et *Addictions*. D'autres cantons réalisent des programmes de prévention monothématiques et d'autres encore mettent en œuvre des mesures individuelles de prévention du tabagisme.

Service FPT

L'administration du fonds relève exclusivement de la compétence du service FPT qui effectue les tâches visées à l'art. 4 OFPT. Il lui incombe essentiellement de planifier et de lancer des mesures de prévention, de décider de l'octroi des aides financières et d'informer le public sur ses activités. Le service FPT ne met en œuvre aucune mesure de prévention lui-même. Lors de l'octroi d'aides financières, il estime la contribution des mesures de prévention à la concrétisation des objectifs stratégiques et à la prise en compte des valeurs stratégiques.

Le service établit un programme annuel, un rapport annuel et un bilan annuel à l'attention du DFI. Aux termes de l'art. 4, al. 2, let. c, OFPT, il est, de plus, tenu d'informer le public sur ses activités. Pour ce faire, il rédige un rapport annuel qui est publié après adoption par le SG-DFI et gère une banque de données des projets. Celle-ci contient toutes les mesures de prévention du tabagisme que le FPT finance. Le rapport renseigne sur les mesures, l'organisme responsable et le montant du financement. Une évaluation mettant en évidence les réussites et les échecs constatés paraît une fois la mesure achevée.

8.1.2 Acteurs ayant une fonction consultative

Commission d'experts du FPT

Le service FPT reçoit le soutien d'une commission d'experts et d'expertes consultative extraparlamentaire pour la prise de décision sur des demandes de financement. La commission examine les demandes de financement et émet une recommandation à l'attention du service FPT. Elle se compose d'experts et d'expertes externes à l'administration, spécialisés dans les domaines de la promotion de la santé et de la prévention des maladies¹⁵.

CFANT

Nommée par le Conseil fédéral, la Commission fédérale pour les questions liées aux addictions et à la prévention des maladies non transmissibles (CFANT) le conseille notamment dans le domaine de la prévention du tabagisme. Elle n'a aucune influence directe sur le FPT. Toutefois, elle donne des impulsions qui indiquent la voie générale que la prévention nationale du tabagisme doit suivre. Les 20 experts de la CFANT¹⁶ représentent entre autres des autorités cantonales, l'économie de la santé, les ONG dans le domaine de la santé et des addictions, la médecine sociale et préventive, l'aide aux personnes dépendantes, la médecine au sens large du terme, la promotion de la santé et la prévention des maladies.

8.1.3 Personnes morales

Les organisations et les institutions peuvent, dans la mesure où elles sont des personnes morales, déposer auprès du FPT une demande de contribution aux frais résultant de certaines mesures de prévention du tabagisme. Ce faisant, elles doivent tenir compte des conditions inscrites dans l'OFPT. Les mesures de prévention doivent ainsi correspondre au but du fonds, être économiques et durables, apporter une contribution à la stratégie FPT et, donc, aux stratégies nationales en matière de prévention du tabagisme, être susceptibles de déployer un effet préventif significatif, répondre aux normes de qualité reconnues en matière de travail de prévention, et faire l'objet d'un controlling et d'une évaluation. Étant donné que les fonds du FPT sont des aides financières, un apport personnel se montant à au moins 20 % du coût total doit être fourni. Le FPT peut réduire sa part à moins de 80 %.

Il peut également adjuger des tâches sous la forme de mandats. Dans ce contexte, l'Association suisse pour la prévention du tabagisme AT joue un rôle important. En effet, elle accomplit, en sa qualité de centre de compétences, des tâches dans les domaines de la promotion, de la coordination et de la mise en réseau ainsi que de la gestion des connaissances et de la communication.

8.2 Utilisation des ressources

En tenant compte de la répartition des fonds définie dans la loi et des axes stratégiques conformément à la stratégie FPT, l'objectif est d'utiliser les ressources comme suit :

15 La liste des membres de la commission est disponible sur le site Internet du FPT : <https://www.tpf.admin.ch/tpf/fr/home/fonds/expertenkommission.html>

16 <https://www.bag.admin.ch/bag/fr/home.html> > L'OFSP > Organisation > Commissions extraparlémentaires > Commission fédérale pour les questions liées aux addictions et à la prévention des maladies non transmissibles (CFANT)

Domaine d'investissement	Ressources	Objectifs			Axes stratégiques						
		Enfants et jeunes	Arrêt de fumer	Fumée passive	Conditions-cadre	Industries	norme sociale	enfants et jeunes	arrêt	coopération et coordination	bonnes pratiques
Contributions forfaitaires aux programmes cantonaux	15 % Ressources financières 20 % personnel										
Programme pour l'enfance et la jeunesse (y c. recherche et évaluation) Y c. 20 % dans le domaine du sport et de l'activité physique au sens de l'art. 23, al. 2, OFPT	45 % Ressources financières 320 % personnel										
Mesures pour le groupe cible des adultes en mettant l'accent sur l'arrêt du tabagisme (y c. recherche et évaluation)	23 % Ressources financières 120 % personnel										
Coopération et conditions-cadres, recherche et évaluation complémentaires (selon l'art. 2 al. 2 lit. d, f, g OFPT)	9 % Ressources financières 70 % personnel										

Plus les frais administratifs, y compris les frais de personnel (8 % pour les finances / 130 % pour le personnel)

8.3 Formats de la mise en œuvre

Le FPT définit trois formats pour la mise en œuvre des mesures-clés des axes stratégiques :

Programme pour l'enfance et la jeunesse

Dans le cadre du programme pour l'enfance et la jeunesse, le FPT coordonne les mesures de prévention qu'il cofinance dans l'optique d'une stratégie commune. De plus, il règle la collaboration et les responsabilités des acteurs concernés. Le programme est réalisé en collaboration avec le groupe cible, les services cantonaux spécialisés et d'autres organisations intéressées impliquées dans la conception des offres et qui veillent, dans le cadre des programmes cantonaux, à la fixation des priorités, à l'ancrage, à l'interconnexion et à la promotion des offres du programme.

Démarche coordonnée lors de l'arrêt de la consommation de tabac et de nicotine

Dans le cadre de la démarche coordonnée pour les projets de prévention du tabagisme destinés aux adultes, le FPT aide les acteurs issus de la société civile à harmoniser davantage les offres existantes et nouvelles de sorte que la collaboration à large échelle produise des effets de synergie. Ce faisant, les besoins des consommateurs de tabac et de nicotine sont prioritaires : ceux-ci doivent recevoir des informations et des offres sur mesure émanant d'un seul acteur et via le canal le plus simple et le plus attrayant pour eux.

Contributions forfaitaires aux programmes cantonaux

Le FPT soutient, au moyen d'une contribution forfaitaire selon l'art. 3, let. b, OFPT, les programmes cantonaux qui contiennent des mesures de prévention du tabagisme et qui contribuent ainsi à la réduction de la consommation. On entend par programme cantonal un programme découlant d'une stratégie supérieure, ciblé, durable mais limité dans le temps, qui gère et coordonne des projets et des mesures et les examine à l'aide de critères d'évaluation appropriés. Dans ce contexte, les particularités cantonales et le besoin d'action spécifique aux cantons doivent être pris en considération. En outre, les offres mises à disposition par le FPT doivent être reprises et les objectifs, les projets et les mesures cantonaux doivent être harmonisés avec la stratégie FPT de manière cohérente et intelligible.

9 Monitoring et évaluation

La consommation de produits à base de tabac et de nicotine est un phénomène sociétal qui dépend, en tant que tel, de facteurs très différents. C'est pourquoi il n'est pas possible de quantifier entièrement les conséquences que les activités coordonnées et financées par le FPT ont sur l'ensemble de la société. En dépit de la complexité du sujet, les ressources du FPT doivent être utilisées de manière efficace et durable. Les instruments décrits ci-dessous contribuent à répondre à cette exigence.

9.1 Monitoring et évaluation des mesures de prévention

Aux termes de l’art. 5, al. 1, OFPT, il doit ressortir des demandes d’aide financières, dès leur dépôt, que les mesures de prévention font l’objet d’un controlling et d’une évaluation. Par ailleurs, les requérants rendent compte au FPT, à intervalles réguliers, de l’utilisation des ressources (y c. concrétisation des objectifs). La nature et la structure des rapports sont définies au moment de l’approbation de la demande.

Le FPT mandate les évaluations en lien avec le programme pour l’enfance et la jeunesse ainsi que la démarche coordonnée pour l’arrêt de la consommation de tabac et de nicotine.

9.2 Évaluation de la stratégie

La présente *stratégie Fonds de prévention du tabagisme 2020–2024* sera évaluée avant son échéance. L’accent sera mis sur l’allocation des ressources. Les partenaires participant à sa mise en œuvre seront informés des résultats. Une stratégie subséquente sera mise au point en se fondant sur les enseignements tirés de l’évaluation.

Impressum

Département fédéral de l'intérieur DFI
Fonds de prévention du tabagisme FPT
Référence : 323.330-8
Version définitive du 23.11.2020

Informations complémentaires et diffusion :

c/o Office fédéral de la santé publique
case postale
CH-3003 Berne
Courriel : info@tpf.admin.ch
<https://www.tpf.admin.ch>

Télécharger le PDF

<https://www.tpf.admin.ch/tpf/fr/home/publikationen/tpf-strategie.html>