

Communiqué de presse

1.02.2010

## La publicité pour l'alcool à la TV: respecter la protection de la jeunesse

***Dès le 1<sup>er</sup> février 2010, toutes les chaînes de télévision suisses ont la possibilité de diffuser de la publicité pour le vin et la bière. Les professionnels suisses des addictions veulent dès lors rappeler les mesures de protection de la jeunesse existant dans l'Ordonnance sur la radio et la télévision et en attendent une stricte application.***

Avec une voix de différence, la Conférence de conciliation des Chambres fédérales a décidé, le 23 septembre 2009, de lever l'interdiction de la publicité pour le vin et la bière pour toutes les chaînes de télévision suisses et fenêtres étrangères diffusant en Suisse. Dès le 1<sup>er</sup> février 2010, cette loi révisée entre en vigueur.

Afin de limiter les dommages d'une telle décision, les professionnels suisses des addictions rappellent à cette occasion les exigences, définies à l'art. 16 ORTV, auxquelles les publicités pour l'alcool doivent se soumettre. L'Ordonnance interdit entre autres la publicité qui s'adresse spécifiquement aux jeunes ainsi que la promotion d'offres d'achat.

Pour mieux faire connaître les exigences relatives à la publicité pour l'alcool, les professionnels des addictions ont créé une check-list, à disposition aussi bien des spécialistes que de toute personne intéressée. On y trouve les principales exigences de l'Ordonnance sur la radio et la télévision, ainsi qu'un modèle d'annonce destiné à l'instance de surveillance compétente, l'Office fédéral de la communication.

Pour les professionnels de la prévention et des addictions, la publicité pour l'alcool à la télévision est fondamentalement inacceptable. La télévision promeut une information sur ces produits avec une touche émotionnelle et un style de vie positif. Les jeunes, en particulier, sont très réceptifs à ces formes de communication unilatérales. Alors que notre société est de plus en plus confrontée à des problèmes liés à l'abus d'alcool, tels que *binge drinking*, violence sous l'effet de l'alcool, nuisances sonores, vandalisme ou encore détritiques sauvages, la levée de l'interdiction de la publicité pour l'alcool à la télévision est un très mauvais signal.

Un communiqué commun de l'ISPA, du GRE, du Fachverband Sucht et d'Ingrado.

### Pour d'autres informations:

Corine Kibora, porte-parole de l'ISPA, 021 321 29 75

Jean-Félix Savary, secrétaire général GRE, 079 345 73 19