



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Département fédéral de l'intérieur DFI
Office fédéral de la santé publique OFSP
Unité de direction Santé publique

La régulation du marché des produits psychotropes légaux: alcool et tabac

GREAT, 31 mai 2007



Contenu de la présentation

- Changement de paradigme: la prévention structurelle
- L'exemple de la prévention alcool
- L'exemple de la prévention tabac: FCTC
- Le cube « psychoaktiv.ch »
- Les réalités politiques



Définition de types de prévention

■ Prévention structurelle

environnement, conditions-cadres sociales et juridiques:
régulation du marché, réglementation pour le commerce
et la consommation

■ Prévention centrée sur le comportement

Individu: sensibilisation, information et aide

⇒ **La prévention la plus efficace et une combinaison
des deux approches**



Changement de paradigme: la prévention structurelle

- Limitation d'accès
 - Taxation et prix
 - Régulation du trafic
 - Publicité
- Efficace surtout pour les jeunes



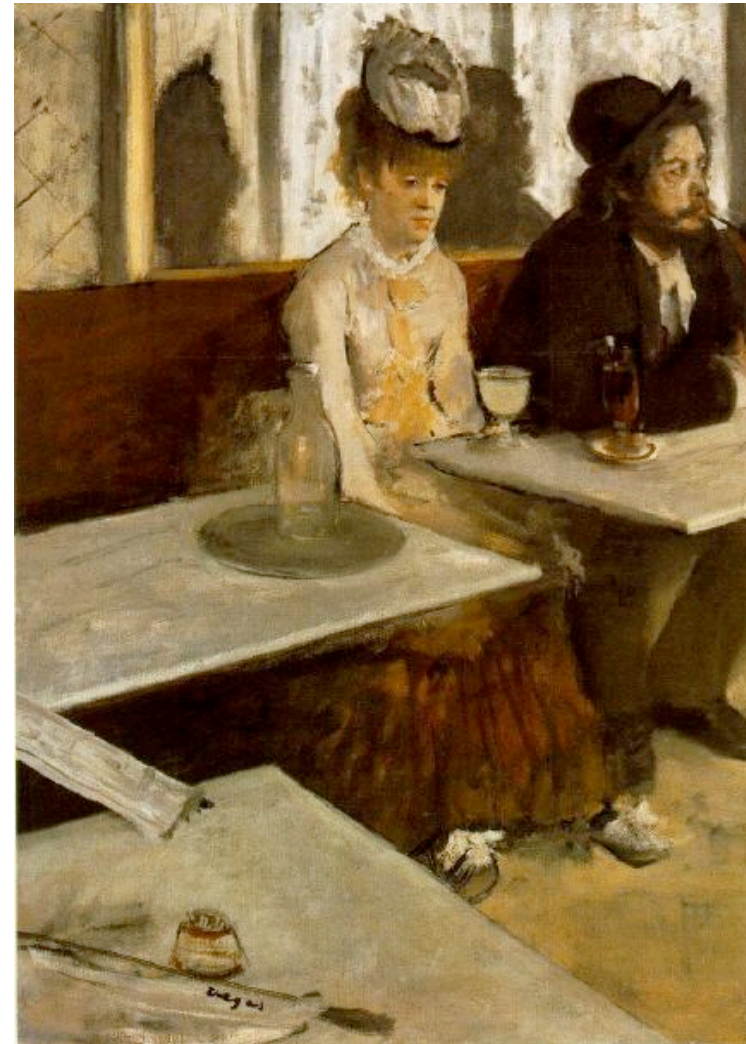


Changement de paradigme?

Pas vraiment une
nouveauité ...

Loi sur l'alcool (1887!):
taxation, limitation
d'accès, protection de la
jeunesse, publicité

MAIS: seulement pour les
spiritueux





L'exemple de la prévention alcool

Le programme national alcool
2007 – 2011:

- combinaison de prévention structurelle et prévention centrée sur le comportement
- Basé sur les évidences et les expériences cantonales, communales et régionales





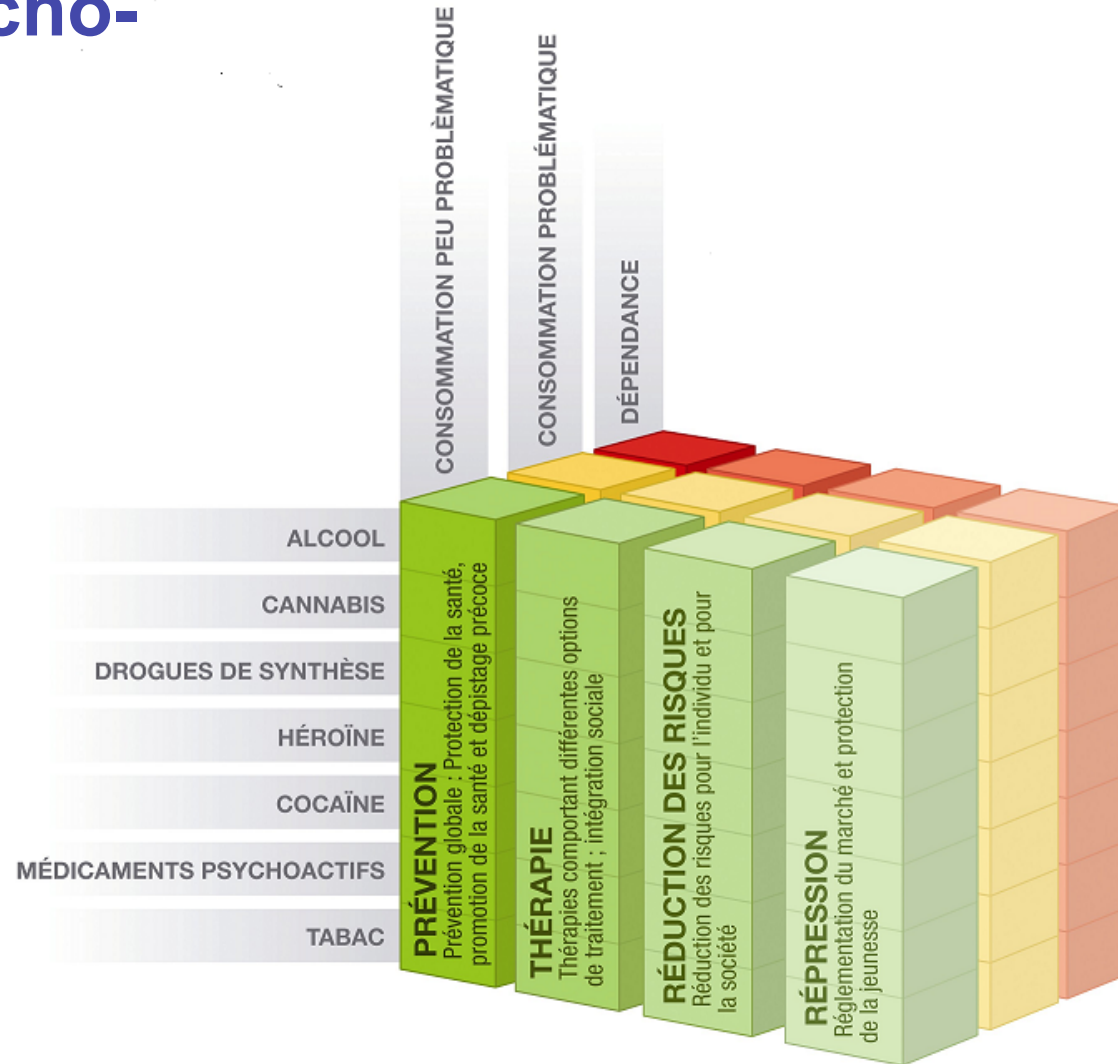
L'exemple de la prévention tabac: Framework Convention on Tobacco Control (FCTC)

Accord international (OMS) contraignant:

- Lutte contre la contrebande
- Interdiction de la publicité et du sponsoring
- Protection des non-fumeurs
- Interdiction de vendre aux mineurs
- Soutien à la recherche à la désaccoutumance



Le cube « psycho-aktiv.ch »





Le Cube: un modèle pour toutes les substances

Définition nouvelle des 4 piliers:

- Prévention globale: protection de la santé, promotion de la santé et dépistage précoce
- Thérapies comportant différentes options de traitement; intégration sociale
- Réduction des risques pour l'individu et la société
- **Réglementation du marché et protection de la jeunesse (prévention structurelle)**



Intégration des modes de consommation

- **Consommation peu problématique:**
la consommation d'alcool est basse, pas de consommation épisodique (binge drinking), consommation adaptée à la situation, adultes.
- **Consommation problématique:**
consommation épisodique et/ou chronique, consommation inadaptée à la situation, consommation des personnes qui ne devrait pas boire d'alcool du tout (enfants, femmes enceintes, personnes malades)
- **Dépendance:**
Définition selon OMS (ICD-10)



Les réalités politiques

Tabac: acceptation sociale → « fumer tue »

... et la fumée passive?

Alcool: acceptation sociale → « nous devons protéger les jeunes »

... et la consommation des adultes?

Acceptation politique varie selon temps et culture



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Département fédéral de l'intérieur DFI
Office fédéral de la santé publique OFSP
Unité de direction Santé publique

RICARD!

"sur toute la ligne"

Les Cheminots, qui ont besoin de tous leurs esprits, ont immédiatement adopté le **RICARD**

Quelles conséquences étonnantes, en effet, pourraient avoir pour chacun de nous un seul instant d'insouciance de la part de ces "responsables" du rail et de la route! Et de le savoir bien - ils savent qu'ils doivent être sobres et c'est pourquoi "sur toute la ligne" de Marseille à Paris, tous ne boivent que du RICARD.

Quelle opération, en effet, peut offrir autant d'avantages? A base

notamment de plantes aromatiques distillées aux vices alcool rectifiées (procédé de la double rectification) le RICARD ne contient pas plus de corps colorés que de thuyasme (poison du système nerveux aux effets épileptiques). Approuvé par les Médecins c'est bien le "apéritif de bonne humeur" mais c'est surtout l'apéritif de bonne santé, qui ouvre franchement l'appétit sans jamais faire mal à l'estomac ni à la tête.

Le RICARD doit se boire uniquement "à la Marseillaise", c'est-à-dire à la dose de 2 cl. 1/2 (moitié moins qu'un anisordinisme), et 5 volumes d'eau, seule façon d'apprécier pleinement le meilleur et l'originalité du "vrai pastis de Marseille". Et, bien entendu toujours à l'éclat et sans sucre.

RICARD

LE VRAI PASTIS DE MARSEILLE

À Lyon, sur la ligne Paris-Marseille, un groupe sympathique déguste joyeusement le RICARD, le "vrai pastis de Marseille".

BIÈRE SOCIAL, DISTILLERIE RICARD, St-MARTIN, MARSEILLE — DÉPÔTS: PARIS, LYON, CHAMBERY, GRENOBLE, NICE, TOULOUSE, VAIRAN.

AUSGEBLASEN!
WEGEN WERBEVERBOT KEINE SPONSORENGELDER MEHR.
www.stopp-werbeverbot.ch

Die gelblichen Bier- und Likör-Produkte sind...
Das gelbliche Bier...
Das gelbliche Bier...

Eine Kampagne der Schweizer Werbung SW/PB für die Allianz gegen Werbeverbot. Denn Veranstaltungen brauchen Sponsoren: wie zum Beispiel das kantonale Musikfest in Olten.



Coordination nationale

Les consommateurs
deviennent de plus en
plus jeunes!

Pour arriver à un
changement social il
faut une coordination de
tous les acteurs

