

L'IMPLICATION DE LA COMMISSION COMMUNAUTAIRE FRANÇAISE
DANS LA PROMOTION DE LA LUTTE CONTRE LE TABAGISME

DE M. GAËTAN VAN GOIDSENHOVEN

À MME CÉCILE JODOGNE, MINISTRE EN CHARGE
DE LA SANTÉ

Mme Cécile Jodogne, ministre.- Vous me posez une série de questions intéressantes au sujet de Tabacstop, de la dernière campagne menée par cet organisme, et plus largement concernant la politique de lutte contre le tabagisme menée à Bruxelles.

Je ne pourrai répondre qu'à une partie de ces questions car, comme vous le précisez, la Commission communautaire française n'a qu'une compétence limitée en la matière. La Commission communautaire commune est compétente pour le financement de l'aide à l'arrêt, mais beaucoup de leviers se trouvent encore au niveau fédéral, compétent pour les questions de publicité et de marketing, d'accises, de conditionnement des produits, du tabac, etc.

La Commission communautaire française n'a accordé aucun subside pour la campagne menée par Tabacstop, ni celle en cours, ni celles des autres années. Le financement de Tabacstop, assuré avant la sixième réforme de l'État par le niveau fédéral via le Fonds de lutte contre les assuétudes, dépend désormais de la Commission communautaire commune. La présence du logo de la Commission communautaire française sur le spot (et non sur le site de Tabacstop) s'explique par le fait que nous avons, conjointement avec la Région wallonne, la faculté d'accorder des espaces gratuits en radio et en télévision pour des campagnes de promotion de la santé.

Les promoteurs de ces campagnes doivent suivre une procédure stricte et fournir un dossier détaillé, expliquant notamment les objectifs de la campagne et ses fondements scientifiques. Ce dossier est analysé une première fois par une commission d'avis composée d'experts. Cette commission est organisée par les services de la santé de l'administration de la Commission communautaire française. En cas d'avis positif, les ministres peuvent décider d'autoriser le passage à la réalisation du spot.

Celui-ci, une fois réalisé, est à nouveau soumis à la commission. Les ministres compétents décident alors, sur la base de l'avis de la commission, d'accorder les espaces

gratuits demandés. Ils demandent alors au ministre de l'audiovisuel de la Communauté française d'assurer le suivi de cette décision.

Voilà pourquoi le logo de la Commission communautaire française se trouve sur le spot télévisé et pourquoi la Commission communautaire française est citée en radio mais ne figure pas sur les dépliants. Et voilà aussi pourquoi je dispose d'informations concernant le déroulement de la campagne et l'évaluation des campagnes précédentes.

La diffusion de cette campagne est prévue en 2017 dans le plan médias selon trois vagues de quatorze jours chacune, aux mois de mars, de septembre et de novembre. En télévision, la diffusion est prévue sur La Une, La Deux, La Trois, RTL-TVI et AB3.

Le public visé, assez large, est la population âgée de 18 à 50 ans, voire davantage. Les évaluations des campagnes précédentes ont montré que le spot provoque une augmentation importante des appels adressés à la ligne Tabacstop. Selon les années et les campagnes, cette augmentation peut aller de 50 à 90%. De plus, les campagnes télévisuelles constituent la deuxième source de connaissance du numéro de la ligne Tabacstop, derrière les paquets de cigarettes qui mentionnent ce numéro. Il s'agit donc d'une source importante d'information.

Comme vous le signalez, le spot de cette année est visuellement identique à celui de l'année passée, mais la bande son a été modifiée. Dans son dossier, Tabacstop explique ce changement en invoquant l'évaluation, qui a montré que le nombre de personnes déclarant avoir été motivées pour arrêter de fumer n'était pas conforme aux objectifs. En effet, 76% des personnes ont répondu que le spot donnait envie d'arrêter de fumer, alors que le résultat attendu était de l'ordre de 90%. En revanche, plus de 90% des répondants estiment que le spot est crédible, compréhensible et attractif.

Je ne peux en revanche répondre à votre question sur le coût de la campagne puisque, comme je vous l'ai signalé, la Commission communautaire française ne la finance pas. Je ne peux pas non plus vous répondre au sujet des modes de financement de Tabacstop, différents selon les Régions, puisque la Commission communautaire française n'est pas compétente en cette matière.

En ce qui concerne l'avenir des politiques bruxelloises en matière de tabagisme, sachez que la prévention et la réduction de la consommation constituent l'une des stratégies du Plan de promotion de la santé de la Commission communautaire française, qui a été approuvé par le Gouvernement au début de ce mois. Concernant les politiques en matière de santé en général, le paysage est notamment balisé par ce même plan, dont je vous présenterai les priorités et stratégies lors de la réunion prévue à cet effet au sein de cette assemblée le 4 juillet prochain.

Je ne peux vous renseigner davantage sur le contenu du Plan de santé bruxellois de la Commission communautaire commune, puisqu'il ne s'agit pas de ma compétence. Sachez cependant que les ministres de la santé bruxellois ont bien le souci de la cohérence que vous appelez de vos vœux et que nous faisons ce qui est en notre pouvoir pour compenser, dans la mesure du possible, les incohérences flagrantes dont nous héritons à la suite de la sixième réforme de l'État.

Des mesures de gouvernance permettant une concertation structurelle en matière de santé au niveau régional, ainsi que des synergies en matière de médecine préventive, sont décrites dans le Plan de santé bruxellois, qui devrait prochainement être présenté.

Madame Moureaux, concernant les accises, j'ai clairement fait part aux autorités fédérales de ma stupéfaction et de mon incompréhension, pour rester modérée ! Le tabac n'est pas un paramètre budgétaire sur lequel on peut jouer au gré des déficits. C'est un problème de santé. C'est donc sous cet angle qu'il faut prendre les mesures qui s'imposent, y compris en matière d'accises.