

Situation actuelle de la prévention du tabagisme en Suisse

Verena El Fehri, directrice de l'Association suisse pour la prévention du tabagisme (AT), Berne

La prévention du tabagisme est confrontée à une baisse de l'âge de l'entrée dans la consommation, qui lui impose des stratégies nouvelles. On développe des actions qui invitent les jeunes à arrêter de fumer le plus tôt possible, avant que les habitudes ne soient trop fortement ancrées. C'est toute l'image du non-fumeur qu'il faut alors valoriser.

Positif et négatif

Quelques succès peuvent être mis à l'actif de la prévention du tabagisme en Suisse au cours des trente dernières années, malgré des moyens financiers restreints et un dispositif légal des plus modestes. Le nombre de fumeurs a diminué, la conscience du problème a grandi et le nombre des organisations et institutions s'occupant de prévention du tabagisme s'est accru. Simultanément, on observe ces dix dernières années un ralentissement de la tendance antitabac, même si nul ne saurait aujourd'hui mettre en doute la nocivité du tabagisme actif et malgré la recrudescence des efforts déployés depuis ces dernières années par les autorités et les associations. Plusieurs raisons à cela. L'idée d'une vie sans tabac est de plus en plus appréciée. Arrêter son tabagisme est difficile et commencer de fumer conserve tout son attrait. La publicité pour le tabac est omniprésente et les messages visant à promouvoir la santé sont de ce fait mis en question. Le public se sent en quelque sorte immunisé contre les informations pessimistes concernant la fumée, alors que d'autres problèmes de santé semblent prioritaires (sida, toxicomanie...). L'étendue des effets négatifs du tabac dans la population est minimisée, même par les milieux politiques et les mouvements d'opinion. Citoyens bien intégrés, les fumeurs ne représentent pas un problème particulier de société, si ce n'est celui de la fumée passive. Les maladies et les décès dus au tabagisme n'ont rien de spectaculaire et les dommages économiques se situent dans des limites raisonnables.

Prévention du tabagisme chez les jeunes

La situation se caractérise de la manière suivante: depuis 10 ans, le taux de fumeurs chez les adultes est relativement stable (1996: 35%).¹ Par contre, celui des nouveaux fumeurs a augmenté entre 1986 et 1994. Le nombre d'élèves entre 15 et 16 ans qui consomment des cigarettes quotidiennement a doublé entre 1986 et 1994 (1986: 7,6%, 1994: 14,6%).² Le taux de fumeurs dans la tranche d'âge des 16 à 24 ans s'est maintenu à un niveau élevé ces dernières années (15 à 17 ans: 19%, 18 à 19 ans: 35%, 20 à 24 ans: 40%).³

Comment les jeunes jugent-ils leurs habitudes tabagiques?

Quatre jeunes sur dix fument par plaisir ou par goût. Deux sur dix cherchent dans la cigarette un soulagement au stress ou aux frustrations. Les 13 à 16 ans commencent à fumer pour imiter leurs aînés ou parce qu'ils trouvent que c'est "cool". Les 17 à 19 ans fument davantage par habitude, pour se détendre ou parce qu'ils ne peuvent tout simplement plus arrêter. Le problème de la nicotinodépendance est fortement minimisé: 60% des jeunes entre 17 et 19 ans souhaiteraient arrêter de fumer et 50% ont déjà une ou plusieurs tentatives derrière eux. Si les jeunes veulent arrêter de fumer, c'est principalement pour des raisons de santé. Le prix des cigarettes joue un rôle également, tout comme la perte de condition physique lorsqu'ils exercent une activité sportive. Par ailleurs, nombre d'entre eux

craignent la dépendance. Les risques pour la santé augmentent en proportion de la durée des habitudes tabagiques. Les fumeurs de longue date ont souvent commencé très jeunes. C'est un objectif essentiel de la prévention du tabagisme que de diminuer le nombre des nouveaux fumeurs ou du moins de faire reculer, chez eux, le moment de commencer. Il n'existe aucune mesure unilatérale apte à faire reculer le nombre des fumeurs. Un travail efficace nécessite une foule de mesures axées sur des objectifs précis. En toute logique, les meilleures perspectives de succès sont plurielles et si possible à long terme. Ce faisant, les mesures préconisées doivent aussi bien concerner le comportement individuel que la situation sur laquelle elles peuvent influer.

Analyse des mesures de prévention

Écoles

Dans les écoles, on distingue grosso modo deux types d'intervention: les mesures spécifiquement anti-toxicomanie qui ont pour but principal d'augmenter les connaissances et les compétences des groupes-cibles et celles qui font appel à des démarches axées sur les ressources individuelles, dans une perspective de promotion de la santé. Selon une enquête de l'Institut suisse de prévention de l'alcoolisme et autres toxicomanies (ISPA)⁵, 80% des élèves ont accès, d'une manière ou d'une autre, à la prévention antitabac au cours de leur scolarité. Nous avons 26 systèmes scolaires en Suisse, ce qui explique la diversité des modes d'intervention. Il n'existe pour le moment pas de vue d'ensemble de la prévention du tabagisme dans les écoles.⁶

Influence exercée sur la consommation

Les experts du monde entier considèrent actuellement que l'une des mesures les plus importantes visant à influencer la consommation du tabac est le **prix élevé** des cigarettes. En Suisse, celles-ci demeurent très bon marché. Pour s'y procurer un paquet, 9 minutes de travail suffisent, alors qu'il en faut 33 au Portugal. Une augmentation du prix des cigarettes, au sens d'un impôt de contrôle, serait-elle légalement réalisable?⁷ Les revenus fiscaux provenant des produits du tabac sont versés systématiquement dans les caisses de l'AVS et de l'AI (destination à

usage déterminé). Les taxes fiscales sur les produits du tabac, en régulière augmentation ces dernières années, n'ont été fondées que sur des motifs de politique financière. La Suisse, comparée à ses voisins européens, peut sans exagération être qualifiée de paradis fiscal de l'industrie du tabac. Le taux d'imposition actuel est de 55%, alors qu'il est de plus de 70% dans la plupart des pays européens. En Suisse, les cigarettes semblent être l'un des produits les plus simples à obtenir. Il n'existait pas, jusqu'ici, de **limitation de vente de cigarettes aux mineurs**. Le Parlement a pris acte d'une intervention parlementaire en vue d'en interdire la vente aux moins de 16 ans et l'a transmise pour examen au Conseil fédéral. Cette exigence s'impose d'elle-même. Cela dit, elle ne s'est guère révélée efficace dans la pratique.

La protection de la jeunesse en la matière se résume dans l'ordonnance sur le tabac de la Loi sur les denrées alimentaires, qui contient **quelques dispositions visant à limiter la promotion et la publicité pour le tabac**. Les campagnes publicitaires s'adressant à un public de moins de 18 ans sont tout spécialement visées par l'interdiction. Les limites fixées à la publicité ne représentent cependant pas de réel handicap pour l'industrie du tabac. Plusieurs marques de cigarettes ont clairement ciblé leur efforts promotionnels sur la jeunesse. Il est vrai qu'il n'est pas toujours évident de fournir la preuve indubitable que les moins de 18 ans sont la cible visée. A la suite du rejet massif des votants (75%) de l'interdiction de la publicité pour le tabac en 1993, toute interdiction de ce type est politiquement difficile à imposer. Tout pourrait changer si l'Union européenne concrétise son projet d'interdiction à cet égard.

Campagnes

Par le biais de campagnes **nationales et cantonales**, nous tentons de promouvoir l'image positive du renoncement au tabagisme chez les jeunes. Sur le plan national, une campagne a été lancée en 1992: *Nouveau plaisir - sans tabac*. Elle s'adresse aux 14 à 18 ans et est parrainée par quatre organisations: l'Office fédéral de la santé publique (OFSP), la Fondation suisse pour la promotion de la santé, la Ligue suisse contre le cancer et l'Association suisse pour la prévention du tabagisme. Dès le début de la campagne, le message délivré et les contacts

cultivés avec le public-cible se sont fondés sur trois critères principaux de communication: présence aux spectacles, publicité et méthodes de relations publiques. La campagne *Nouveau plaisir - sans tabac* est destinée à fournir une collaboration active à certains spectacles pour la jeunesse. Cette présence permet de délivrer un message qu'elle comprend dans un environnement moderne. La renommée de certaines activités ou biens de consommation (de marque) est également un terrain favorable à la prévention du tabagisme (transfert de l'image). La présence à certains spectacles s'organise



en fonction de l'événement. La publicité et la possibilité de gagner à un concours en sont des éléments essentiels. Ce type de promotion atteint chaque année près d'un quart des jeunes du public-cible (env. 100'000 personnes).

Quels sont les résultats de la campagne jusqu'à aujourd'hui? Sa notoriété et l'adhésion de la jeunesse sont d'ores et déjà confirmées. Deux adolescents sur trois connaissent la campagne et une grande majorité des jeunes y est favorable.⁸ Elle est également bien accueillie par les fumeurs et fumeuses. Le message *Nouveau plaisir - sans tabac*, ancré désormais dans le public, est associé à la modernité. L'objectif visant à prôner l'image séduisante du renoncement à la fumée est atteint, ce qui contribue à encourager l'intérêt et la prise de conscience du public-cible, grâce notamment à la notoriété de la campagne et à l'accueil qu'elle reçoit. Ces deux éléments, joints à une conception claire, une analyse permanente des résultats et la continuité, sont garants du succès de la campagne.

Nouveau plaisir - sans tabac est une campagne qui a réussi à percer dans des domaines jusqu'ici fermés à la prévention du tabagisme. Il convient de relever la collaboration des entreprises, favorable à plus d'un titre. Cette collaboration a permis de donner une image particuliè-

rement moderne au message *d'une vie sans tabac* et a contribué à augmenter le nombre de ceux qui soutiennent les intérêts de la prévention. D'autres nouveaux partenaires contribuent eux aussi à promouvoir les objectifs de la campagne (organisations disco, groupements de jeunes montant des spectacles, clubs sportifs traditionnels et autres associations pour la jeunesse) dans le groupe-cible et au-delà. Sans cette approche positive et libre de tout dogmatisme, un tel succès aurait été impensable. Le parrainage de la campagne présente un contraste évident avec celui de l'industrie du tabac. Toutes les études montrent que le jeune public préfère les sponsors de la campagne *Nouveau plaisir - sans tabac* à l'image véhiculée par les cigarettiers. Les moyens financiers sont cependant fort différents, puisque le parrainage des fabricants de tabac se monte à plus de 30 millions de francs par année alors que celui de la campagne *Nouveau plaisir - sans tabac* n'est que d'environ un million par année.

Arrêter de fumer

Le succès principal du recul du taux de fumeurs est dû à ceux qui ont arrêté de fumer à un stade précoce. Il est intéressant d'analyser la nature de ce besoin d'arrêter de fumer. Selon le tableau établi par J.O. Prochaska et C.C. DiClemente, la désaccoutumance du tabac se répartit en divers stades.⁹ La plupart des fumeurs se situent dans les stades intitulés „indétermination“ (73,6%) et „intention“ (22,3%). Près de 72'000 fumeurs (4,1%) projettent d'arrêter dans les 30 prochains jours.¹⁰ En comparaison avec les États-Unis et quelques pays européens, on trouve en Suisse un nombre plus élevé de fumeurs dans les premiers stades dudit tableau.

Sur la base de la littérature scientifique, une solution de désaccoutumance du tabac semble particulièrement efficace. Il s'agit des produits contenant de la nicotine (taux d'abstinence de 13% au bout d'une année). Une autre solution, d'un coût particulièrement peu élevé, est l'intervention médicale minimale (taux d'abstinence de 2% au bout d'une année). Le choix des séances de groupe et des conseils donnés par des experts donne les mêmes résultats, sauf qu'il est nettement plus cher.

Il existe en Suisse un grand nombre de centres cantonaux de désaccoutumance du tabac, qui offrent des cours ou des conseils individuels. Les cours ont perdu

de leur attrait ces dernières années. La demande a baissé. L'offre en conseils individuels dans les cabinets médicaux, les pharmacies et les centres de prévention n'en prend que plus d'importance. Depuis le début des années 90, une campagne intitulée „Vivre sans tabac“ est menée dans les cabinets médicaux et les pharmacies offrent de plus en plus souvent un service de conseils en matière de tabagisme.

Les caisses-maladie contribuent aux frais des conseils en désaccoutumance du tabac uniquement dans le cadre de l'assurance complémentaire et cette offre varie fortement selon les cas. L'offre en matière de désaccoutumance du tabac en Suisse est très variée. De grands progrès ont été accomplis ces dernières années grâce au développement des médicaments contenant de la nicotine, qui facilitent grandement cette difficile démarche. Cela dit, ces méthodes offertes ne s'adressent qu'aux fumeurs qui se proposent d'arrêter à très court terme. On le sait, ils ne sont qu'une minorité, ce qui renforce l'importance des campagnes de motivation qui centrent leur message sur les avantages d'arrêter de fumer. Avec des moyens financiers limités, l'Association suisse pour la prévention du tabagisme organise chaque année une telle campagne, à l'occasion de la Journée sans tabac, le 31 mai.

Protection contre la fumée passive

Même si la Suisse connaît peu de dispositions légales en matière de protection contre la fumée passive, les zones non-fumeurs ont proliféré ces dernières années dans les secteurs les plus divers. Dans la population, aussi bien chez les non-fumeurs que chez les fumeurs, la création d'un environnement sans fumée sur les lieux où se rencontrent de nombreuses personnes a été bien accueillie.

Environnement non-fumeur au travail

L'exigence selon laquelle l'employé non-fumeur a droit à un environnement sans fumée bénéficie actuellement du soutien de 80% de la population, aussi bien de la part des fumeurs que des non-fumeurs.¹¹ Selon l'Ordonnance 3 de la Loi sur le travail, la protection des non-fumeurs doit être possible partout où l'on ne peut faire valoir d'autres circonstances contraires. Concernant l'application de cette ordonnance, on ne connaît pour le moment que

ce qui se fait dans les établissements de santé publique. Selon une étude de l'Institut de médecine sociale et préventive de l'Université de Genève (sur mandat de l'OFSP), 80% de ces organisations en Suisse ont pris volontairement des mesures en vue de créer un environnement sans fumée. On ne dispose pas de données exactes sur ce qui se passe ailleurs.

Les centres cantonaux de prévention du tabagisme et les sections régionales des ligues contre le cancer et les maladies pulmonaires apportent leur soutien aux entreprises pour organiser au mieux de tels environnements. Plusieurs projets ont été développés en ce sens. Cela dit, de nombreuses entreprises introduisent d'elles-mêmes des réglementations sans recourir à des programmes spécialisés.

Enfants

Le tabagisme passif est particulièrement nocif chez les jeunes enfants, d'autant plus qu'ils se tiennent souvent à l'inté-

Publicité

Pourquoi pas vous?

Le 2 mai, j'arrête de fumer!

Gagnez un voyage à l'Île Maurice et US\$ 10'000.-

• Cartes de participation numéro vert 0800 556 556

• Page du télétexte 609

JOURNÉE SANS TABAC - 31 MAI 1998

rieur. Un problème difficile à résoudre par voie légale ou d'ordonnances ... Ces dernières années, plusieurs campagnes ont été organisées par pro aere ou des centres régionaux afin de sensibiliser les parents à ce problème.

Restaurants

Seules les lois sur l'hôtellerie des cantons d'Argovie, de Bâle-Ville, de Berne, du Tessin et de Zurich prescrivent de réserver des places non-fumeurs dans les établissements servant à boire et à manger. Relevons la création, par de nombreuses chaînes de restauration (Mövenpick, restaurants Migros et Coop), de larges zones non-fumeurs. Un nombre croissant de restaurants prennent les devants et créent des espaces sans fumée (les données précises manquent à ce sujet). Les restaurateurs sont plutôt réticents à entreprendre cette démarche, même s'il est avéré qu'une majorité des clients préfère prendre ses repas dans une salle à manger non-fumeurs.¹² L'augmentation du nombre de places sans fumée dans les restaurants semble avoir quelque peu détendu l'atmosphère entre fumeurs et non-fumeurs. Alors qu'il y a sept ans, une bonne moitié de la population avait l'impression d'être défavorisée sur ce point, un tiers s'en plaint encore aujourd'hui. Les tables non-fumeurs sont souhaitées par 44% de personnes n'ayant jamais fumé et par 39% des ex-fumeurs, mais aussi par 24% de fumeurs.¹³

Transports publics

Dans les autres lieux publics, tels que les transports, la fumée est soit interdite depuis des années (transports municipaux et de banlieue, autocars postaux), soit permise dans des espaces de plus en plus restreints (CFF, compagnies ferroviaires privées). Les musées, cinémas et théâtres (foyers exceptés) sont non-fumeurs en Suisse depuis des décennies. Ces interdictions ont été décidées par les exploitants eux-mêmes et non sur l'impulsion d'une législation à l'échelle nationale.

Structure de la prévention du tabagisme en Suisse

Organisations nationales

L'Association suisse pour la prévention du tabagisme (AT) a été fondée en 1973 en tant qu'organisation faîtière entre

autres par la Ligue pulmonaire suisse, la Ligue suisse contre le cancer et l'Office fédéral de la santé publique. Toutes les organisations nationales et cantonales actives dans le domaine de la prévention du tabagisme sont membres de l'AT. Au fil du temps, cette dernière a considérablement développé son activité. Elle mène des campagnes nationales, organise et coordonne l'information et le débat au sein de ses membres. Elle publie un bulletin d'information, gère un service de presse et élabore une documentation à l'intention de groupes-cible et du grand public. En tant que deuxième organisation nationale s'occupant exclusivement de la lutte anti-tabac, l'Association suisse des non-fumeurs (nouvellement dénommée pro aere) a été fondée par l'AT en 1976. Pro aere se compose principalement de membres individuels. Elle gère un secrétariat central et sept sections cantonales. La majeure partie de son activité est fournie gratuitement par ses membres. Pro aere se veut une organisation de base, dont l'engagement est principalement axé sur les droits et la protection des non-fumeurs. Le Conseil fédéral a renforcé les activités antitabac de l'Office fédéral de la santé publique en 1986 grâce à la création de la section „prévention“; cette engagement a été confirmé en 1995 par la décision du paquet de mesures intitulé „Programme global tabac“. Ces mesures n'ont pas eu pour objectif principal de développer les activités de l'OFSP, mais de soutenir des activités d'organisations partenaires, d'en encourager de nouvelles et d'approfondir l'évaluation et la recherche. La prévention du tabagisme a également bénéficié, au début des années 90, de la création de la Fondation suisse pour la promotion de la santé. C'est grâce à elle qu'en 1992, *Nouveau plaisir - sans tabac*, la plus grande campagne nationale jamais menée, a pu être mise sur pied. Trois organisations professionnelles, la Fédération des médecins suisses (FMH), la Société suisse de pharmacie (SSPh) et l'Association suisse des infirmières et infirmiers (ASI) ont contribué ces dernières années à la prévention du tabagisme par leurs propres campagnes: *Vivre sans tabac*, *Self-Care - futurs non-fumeurs* ou par le soutien à des activités politiques (initiatives jumelées, 1993) et à la Journée mondiale sans tabac. L'Institut suisse de prévention de l'alcoolisme et autres toxicomanies (ISPA) s'est engagé plus spécialement dans la recherche sur la prévention du tabagisme en Suisse.

Organisations cantonales

Pro aere, la Ligue suisse contre le cancer et la Ligue pulmonaire suisse sont représentées sur le plan régional par des sections ou des ligues cantonales. Dans plusieurs cantons, les protagonistes de la prévention du tabagisme se sont réunis, à l'instar de l'AT, pour fonder des centres communs (AG, BS/BL, BE, GE, ZH, VS). Dans d'autres cantons, les tâches sont accomplies par les ligues locales contre le cancer ou les maladies pulmonaires, voire les deux, alors qu'au Tessin c'est l'„Associazione svizzera non fumatori“ qui les prend à coeur. Les moyens financiers diffèrent fortement de canton à canton. Seuls quatre cantons (BS/BL, BE, GE, ZH) disposent d'au moins un emploi à 80%.

Références

1. Etude Perma, DemoSCOPE, 1996.
2. Enquête de l'Institut suisse de prévention de l'alcoolisme et autres toxicomanies (ISPA), 1986-1994 (il n'existe pas de données concernant l'évolution depuis 1994; leur saisie ne reprendra qu'en 1998).
3. Etude Perma, DemoSCOPE, 1996.
4. Enquête représentative menée chez les 13 à 19 ans par l'Institut Link de recherche sociale et d'étude du marché, sur mandat de l'AT et de l'OFSP, 1997.
5. Enquête scolaire de l'ISPA, Lausanne, 1994.
6. L'AT est actuellement en train d'élaborer une analyse de la situation de la prévention du tabagisme dans les écoles. Les résultats sont prévus pour l'automne 1998.
7. Dans le cadre du „Programme global tabac“, une analyse vise à évaluer l'influence du prix des cigarettes en Suisse. Les résultats sont attendus en 1998.
8. Selon divers résultats d'évaluation.
9. Les cinq stades, selon J.O. Prochaska et C.C. DiClemente: Indétermination: le fumeur n'envisage pas de changer de comportement dans les six prochains mois. Intention: un changement de comportement est sérieusement envisagé dans les six prochains mois. Préparation: la décision est prise d'arrêter de fumer dans les 30 prochains jours. Action: l'arrêt de fumer date de moins de six mois, le risque de rechute est grand. Consolidation: l'arrêt de fumer date de plus de six mois, le nouveau comportement se stabilise.
10. Etter et al., Preventive Medicine 26, 580-585, 1997.
11. Selon une enquête représentative de l'Institut Link de recherche sociale et d'étude du marché, sur mandat de l'AT, 1997.
12. Selon une enquête représentative sur mandat de l'Hôtel Mirador, 1997.
13. Selon une enquête représentative de l'Institut Link de recherche sociale et d'étude du marché, sur mandat de l'AT, 1997.

MANIFESTATIONS

Perfectionnement professionnel GREAT/ARIA

Enjeux interprofessionnels face à l'abstinence

Mark Hunyadi, Marina Krokhar, Pierre-Alain Porchet, Michel Pluss, Jean-Dominique Michel, Philippe Jaquet
1 jour: 27 avril 1998

Pratiquer l'entretien motivationnel et la prévention de la rechute

Christine Davidson, Françoise Bourrit
1 après-midi: 30 avril 1998

Suivi individuel des patients ayant des problèmes d'alcool

Analyse de pratique
Jean Zufferey
6 après-midi sur l'année:
début 14 mai 1998

Approche cognitivo-comportementale et traitement des addictions

Charly Cungi
2 jours: 11 et 12 juin 1998

Enjeux interprofessionnels face aux produits de substitution

Jacques Besson, Louis-Pierre Roy et al.
1 jour: 22 juin 1998

Affirmation de soi et compétences sociales

Outils de prévention 1
Alain Perroud
1 jour: 8 sept. 1998

Intervention dans le domaine des dépendances

Georges Peters, Cédric Terzi, Frédéric Neu
2 jours: 10 et 11 sept. 1998

Enjeux interprofessionnels face à la comorbidité

Christine Davidson, Mark Geyer et al.
1 jour: 14 sept. 1998

Entretien motivationnel

Christine Davidson
1 après-midi: 24 sept. 1998

Conduites à risque et adolescence: drogues, sexualité, alimentation

Françoise Narring, Jacques Laget, Monique Weber, Francis Charmillot
2 jours: 28 et 29 sept. 1998

Prévention de la rechute

Françoise Bourrit
1 après-midi: 1er oct. 1998

Relation d'aide et conduite d'entretiens avec des personnes toxicodépendantes

Jean Zufferey, Frédéric Neu
2 jours: 8 et 9 oct. 1998

Enjeux interprofessionnels face aux normes de qualité

Josée Martin, Catherine Panchaud et al.
1 jour: 16 nov. 1998

“Egographie” et “Papillagou”

Outils de prévention 2
Guylaine Dubois, Anne-Catherine Menétray
1 jour: 17 nov. 1998

Approche systémique et traitement de la toxicodépendance

Jacques Henriod
2 jours: 19 et 20 nov. 1998

Programme et inscriptions:

GREAT/ARIA, case postale 20,
1401 Yverdon-les-Bains, 024/426 34 34,
fax 024/426 34 35

Journées de sensibilisation de l'ISPA

Dépendances: Aider - (prévention secondaire) Première approche

Vendredi 8 mai 1998

Dépendances: Aider - (prévention secondaire) Réflexions d'un praticien expérimenté

Vendredi 15 mai 1998

Alcool, drogues: S'en sortir

Vendredi 5 juin 1998

Programme et inscription

ISPA, service Education/Formation
Case postale 870, 1001 Lausanne, tél
021/321 29 85, fax 021/321 29 40

Colloques, congrès

11e colloque de l'ISPA Alcool, drogues illégales et violence

Jeudi 7 mai 1998
Hôtel Mövenpick-Radisson,
Lausanne-Ouchy

Congrès national de la Société suisse d'alcoologie, SSA

jeudi 18 juin Hôtel Arte, Olten
L'alcoologie en pratique quotidienne
Programme et inscription:
SSA, case postale 877, 3000 Berne 7

Pré-annonce

2ème journée nationale «alcool»

Thème «Alcool et famille»

jeudi 12 novembre 1998

10ème conférence internationale sur la réduction des risques liés aux drogues

21-25 mars 1999, Genève

Programme:

HIT Conferences, 10th IHRC, Cavern Walks, 8 Mathew street, Liverpool L2 6RE, Royaume Uni

BREVES

Alco-ligne

Alco-ligne est un service innovateur en matière de collaboration entre institutions spécialisées en alcoologie des cantons de Vaud et de Genève. Il a pour but d'améliorer l'accessibilité aux réseaux d'alcoologie vaudois et genevois. Ce service émane du Conseil du Réseau Alcoologique Vaudois (CRAV) et de la commission spécialisée alcoologie du Conseil de la santé de Genève.

Desservi par les professionnels des réseaux alcoologiques, Alco-ligne est un service téléphonique qui:

- écoute toute personne ou intervenant professionnel ayant une question relative à l'alcool;
- informe la population sur les possibilités de prévention et de prise en charge médico-psycho-sociale des problèmes liés à l'alcool;
- oriente les personnes confrontées à des problèmes d'alcool, leurs proches et les professionnels dans le réseau des institutions publiques et privées des cantons de Genève et de Vaud.

Numéro de l'alco-ligne
0848 800 808