



Assemblée générale 2021/2022

Lausanne, 29 juin 2022

Période juin 2021 – juin 2022

ORDRE DU JOUR

1. Adoption de l'ordre du jour et élection du secrétaire de séance
2. Adoption du procès-verbal de la précédente assemblée générale
3. Rapport d'activités 2021/2022
4. Rapport du trésorier, approbation des comptes 2021, décharge donnée au comité et au trésorier de leur gestion
5. Présentation et discussion des objectifs stratégique d'OxySuisse :
 - Continuation du projet « Transparency and Truth » sur mandat du Fonds de prévention du tabagisme
 - Modification de la loi sur le produits du tabac sur la base de l'approbation de l'initiative « Enfants sans tabac »
 - Participation aux activités internationales
6. Renouvellement du comité
7. Divers

ORDRE DU JOUR

1. Adoption de l'ordre du jour et élection du secrétaire de séance
2. Adoption du procès-verbal de la précédente assemblée générale
3. Rapport d'activités 2021/2022
4. Rapport du trésorier, approbation des comptes 2021, décharge donnée au comité et au trésorier de leur gestion
5. Présentation et discussion des objectifs stratégique d'OxySuisse :
 - Continuation du projet « Transparency and Truth » sur mandat du Fonds de prévention du tabagisme
 - Modification de la loi sur le produits du tabac sur la base de l'approbation de l'initiative « Enfants sans tabac »
 - Participation aux activités internationales
6. Renouvellement du comité
7. Divers

RAPPORT D'ACTIVITÉ

**CO-RÉDACTION DU GLOBAL TOBACCO INDUSTRY
INTERFERENCE INDEX 2021 SWITZERLAND**

Switzerland

2021

TOBACCO INDUSTRY INTERFERENCE INDEX

July 2021

Acknowledgements

Authors: Kris Schürch, Pascal Diethelm, and Luciano Ruggia.

The authors would like to thank Claudia Künzli of Swiss Lung Association, Luc Lebon of Unisanté, Prof. em. Dr. Theodor Abelin of Berne University, Bruno Meili the president of Swiss association for tobacco control, Franziska Lenz and Mirjam Weber of Swiss Cancer Association, Barbara Weil of Association of Swiss Doctors (FMH), and Kathrin Lauber from Bath University Tobacco Control Research Group, for their contributions to this document.

Without the input of all these people, this document would not be a reality.

The authors would also like to express sincere gratitude to Mary Assunta of the Global Centre for Good Governance in Tobacco Control (GGTC) for her edits and advice.

Endorsed by



Swiss association
for tobacco control



SWISS LUNG ASSOCIATION

unisanté
Centre universitaire de médecine générale
et santé publique · Lausanne

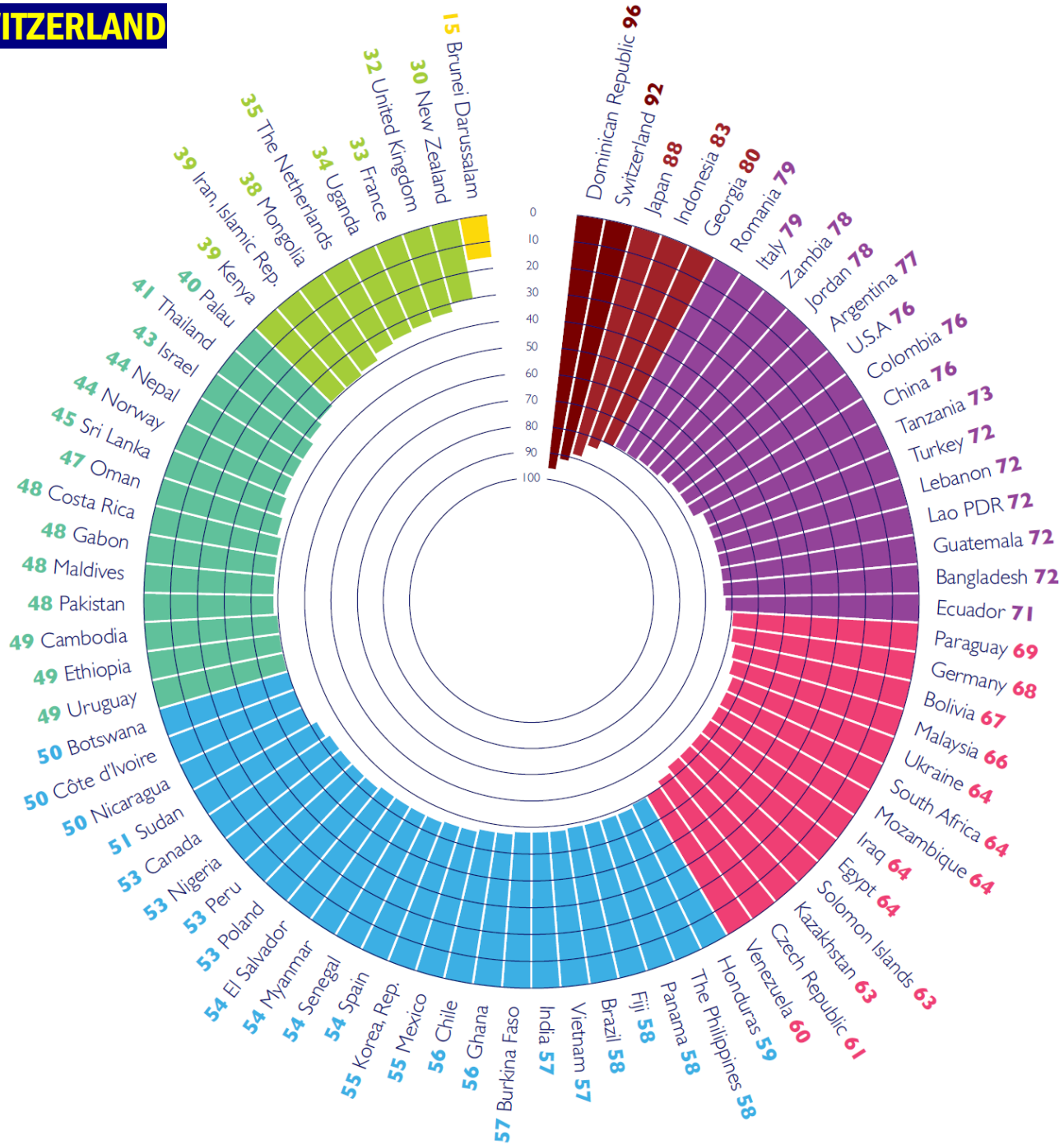


SUCHT | SCHWEIZ



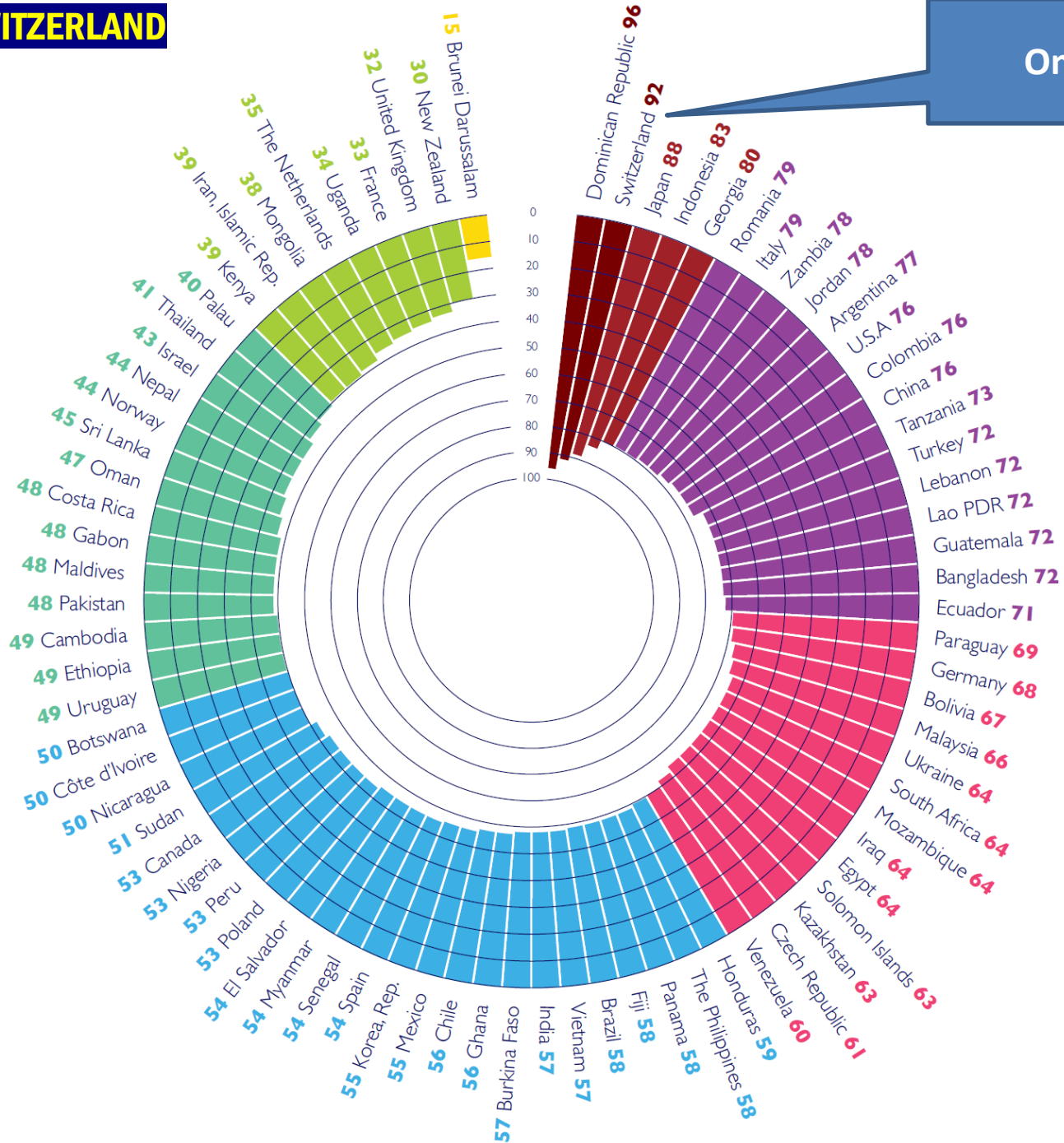
krebsliga schweiz
ligue suisse contre le cancer
lega svizzera contro il cancro

GTII 2021 SWITZERLAND



GTII 2021 SWITZERLAND

On est là!



The five non-Parties²²⁵ to the WHO FCTC, the **Dominican Republic, Switzerland, Indonesia, Argentina** and the **U.S.A** languish behind Parties, with high levels of TI interference undermining and thwarting their health policies, including tobacco control.

Switzerland maintained its tobacco-friendly reputation and resistance to tobacco control. The lawmaking body, the Federal Council, considers an advertising ban as going too far and is only willing “to restrict [tobacco] advertising to an extent acceptable to the TI.”

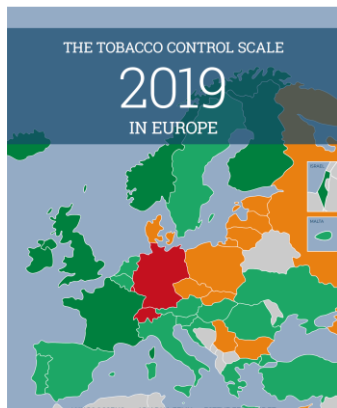


Table 4. 36 European countries ranked by total TCS score in 2019

Ranking 2019 (ranking 2016)	Country	Price (30)	Public place bans (22)	Budget (10)	Ad bans (13)	Health warning (10)	Treatment (10)	Illicit trade (3)	Art 5.3 (2)	Total (100)
1 (1)	– United Kingdom	25	22	0	12	9	9	2	1	80
2 (4)	▲ France	22	18	4	11	9	7	2	1	74
3 (2)	▼ Ireland	18	22	1	13	9	8	1	1	73
4 (3)	▼ Iceland	23	17	9	13	4	4	0	0	70
5 (5)	- Norway	22	17	1	13	8	4	1	0	66
6 (6)	- Finland	18	18	2	13	5	5	1	0	62
7 (new)	Israel	27	15	1	11	1	6	0	0	61
8 (28)	▲ Slovenia	12	16	2	13	9	6	1	0	59
8 (9)	▲ Hungary	15	21	0	11	5	6	1	-	59
10 (8)	▼ Spain	15	21	1	9	5	5	2	0	58
10 (17)	▲ Belgium	16	16	1	8	9	6	2	0	58
12 (7)	▼ Romania	16	21	0	8	5	6	1	0	57
13 (31)	▲ Greece	18	20	-	7	5	3	1	0	54
14 (9)	▼ Netherlands	14	15	1	9	5	7	1	1	53
15 (9)	▼ Sweden	14	15	0	9	5	7	2	0	52
15 (13)	▼ Italy	15	16	0	9	5	6	1	0	52
17 (9)	▼ Turkey	10	15	0	8	10	6	2	0	51
17 (13)	▼ Malta	16	12	0	11	5	5	2	-	51
17 (23)	▲ Croatia	16	11	0	12	5	5	2	-	51
20 (15)	▼ Portugal	18	11	-	10	5	4	2	0	50
20 (35)	▲ Austria	11	20	0	7	5	5	2	0	50
20 (17)	▼ Ukraine	17	15	-	11	4	3	0	0	50
23 (15)	▼ Poland	14	11	0	11	5	7	1	0	49
23 (26)	▲ Latvia	14	12	2	10	5	4	2	0	49
23 (31)	▲ Czechia	12	15	0	8	5	7	2	0	49
23 (21)	▼ Estonia	13	14	1	11	5	3	2	0	49
27 (19)	▼ Bulgaria	15	11	-	11	5	5	1	0	48
27 (26)	▼ Cyprus	15	10	0	11	5	5	2	-	48
29 (17)	▼ Russian Fed.	8	15	0	13	4	6	1	-	47
29 (28)	▼ Lithuania	12	13	1	10	5	4	2	0	47
29 (23)	▼ Denmark	13	11	2	8	5	7	1	0	47
32 (30)	▼ Slovakia	12	12	-	9	5	6	2	0	46
33 (23)	▼ Serbia	19	11	0	9	1	4	1	0	45
34 (33)	▼ Luxembourg	5	16	0	9	5	7	2	0	44
35 (21)	▼ Switzerland (-1)	13	11	4	2	5	7	0	0	41
36 (33)	▼ Germany	14	11	0	4	5	4	2	0	40

Cela nous rappelle quelque chose

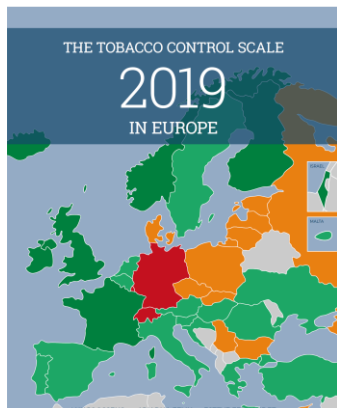


Table 4. 36 European countries ranked by total TCS score in 2019

Ranking 2019 (ranking 2016)	Country	Price (30)	Public place bans (22)	Budget (10)	Ad bans (13)	Health warning (10)	Treatment (10)	Illicit trade (3)	Art 5.3 (2)	Total (100)
1 (1)	– United Kingdom	25	22	0	12	9	9	2	1	80
2 (4)	▲ France	22	18	4	11	9	7	2	1	74
3 (2)	▼ Ireland	18	22	1	13	9	8	1	1	73
4 (3)	▼ Iceland	23	17	9	13	4	4	0	0	70
5 (5)	- Norway	22	17	1	13	8	4	1	0	66
6 (6)	- Finland	18	18	2	13	5	5	1	0	62
7 (new)	Israel	27	15	1	11	1	6	0	0	61
8 (28)	▲ Slovenia	12	16	2	13	9	6	1	0	59
8 (9)	▲ Hungary	15	21	0	11	5	6	1	-	59
10 (8)	▼ Spain	15	21	1	9	5	5	2	0	58
10 (17)	▲ Belgium	16	16	1	8	9	6	2	0	58
12 (7)	▼ Romania	16	21	0	8	5	6	1	0	57
13 (31)	▲ Greece	18	20	-	7	5	3	1	0	54
14 (9)	▼ Netherlands	14	15	1	9	5	7	1	1	53
15 (9)	▼ Sweden	14	15	0	9	5	7	2	0	52
15 (13)	▼ Italy	15	16	0	9	5	6	1	0	52
17 (9)	▼ Turkey	10	15	0	8	10	6	2	0	51
17 (13)	▼ Malta	16	12	0	11	5	5	2	-	51
17 (23)	▲ Croatia	16	11	0	12	5	5	2	-	51
20 (15)	▼ Portugal	18	11	-	10	5	4	2	0	50
20 (35)	▲ Austria	11	20	0	7	5	5	2	0	50
20 (17)	▼ Ukraine	17	15	-	11	4	3	0	0	50
23 (15)	▼ Poland	14	11	0	11	5	7	1	0	49
23 (26)	▲ Latvia	14	12	2	10	5	4	2	0	49
23 (31)	▲ Czechia	12	15	0	8	5	7	2	0	49
23 (21)	▼ Estonia	13	14	1	11	5	3	2	0	49
27 (19)	▼ Bulgaria	15	11	-	11	5	5	1	0	48
27 (26)	▼ Cyprus	15	10	0	11	5	5	2	-	48
29 (17)	▼ Russian Fed.	8	15	0	13	4	6	1	-	47
29 (28)	▼ Lithuania	12	13	1	10	5	4	2	0	47
29 (23)	▼ Denmark	13	11	2	8	5	7	1	0	47
32 (30)	▼ Slovakia	12	12	-	9	5	6	2	0	46
33 (23)	▼ Serbia	19	11	0	9	1	4	1	0	45
34 (33)	▼ Luxembourg	5	16	0	9	5	7	2	0	44
35 (21)	▼ Switzerland (-1)	13	11	4	2	5	7	0	0	41
36 (33)	▼ Germany	14	11	0	4	5	4	2	0	40

On est là!

**PARTICIPATION D'OXYSUISSE
À LA CAMPAGNE POUR L'INITIATIVE
« OUI À LA PROTECTION DES ENFANTS
ET DES JEUNES CONTRE LA PUBLICITÉ
POUR LE TABAC »**

Organisations de soutien



CAMPAGNE D'OXYSUISSE
SUR FACEBOOK
EN FAVEUR DE L'INITIATIVE

CAMPAGNE D'OXYSUISSE SUR FACEBOOK

« Pour l'économie, "Enfants sans tabac" OUI! »

OxySuisse
22 janvier · 🌐

Pour l'économie, "Enfants sans tabac" OUI!

Les milieux de l'économie se trompent en prenant la défense des multinationales du tabac. Ces méga compagnies violent toutes les règles du libéralisme économique.

Formant un oligopole, leur mode d'opération est celui d'un cartel. Elles contrôlent les prix et les augmentent régulièrement et de façon concertée, sans autre justification que l'augmentation de leurs profits.

Leurs clients ne prennent pas librement la décision d'acheter leurs produits, mais sous l'impulsion d'une addiction dont elles manipulent les paramètres.

Et sur le plan macroéconomique, elles sont nuisibles, car elles détournent une part substantielle du budget des ménages vers une consommation toxique et coûteuse pour le système de santé.

Finalement elles détruisent des emplois, ceux qu'elles créent étant loin de compenser ceux qu'elles font perdre en ponctionnant l'argent des ménages.

«Pour protéger leur santé, pour protéger la planète, pour protéger l'économie, je voterai OUI le 13 février à l'initiative "Enfants sans tabac".»

Pascal Diethelm,
Président, OxySuisse

Enfants sans tabac
le 13 février

OUI

OxySuisse
Organisation non gouvernementale (ONG)

Envoyer un message

1 320
Personnes touchées

76
Interactions

—
Score de diffusion

Booster à nouveau

CAMPAGNE D'OXYSUISSE SUR FACEBOOK

« Pour l'économie, "Enfants sans tabac" OUI! »

OxySuisse
22 janvier · 🌐

Pour l'économie, "Enfants sans tabac" OUI!

Les milieux de l'économie se trompent en prenant la défense des multinationales du tabac. Ces méga compagnies violent toutes les règles du libéralisme économique.

Formant un oligopole, leur mode d'opération est celui d'un cartel. Elles contrôlent les prix et les augmentent régulièrement et de façon concertée, sans autre justification que l'augmentation de leurs profits.

Leurs clients ne prennent pas librement la décision d'acheter leurs produits, mais sous l'impulsion d'une addiction dont elles manipulent les paramètres.

Et sur le plan macroéconomique, elles sont nuisibles, car elles détournent une part substantielle du budget des ménages vers une consommation toxique et coûteuse pour le système de santé.

Finalement elles détruisent des emplois, ceux qu'elles créent étant loin de compenser ceux qu'elles font perdre en ponctionnant l'argent des ménages.

«Pour protéger leur santé, pour protéger la planète, pour protéger l'économie, je voterai OUI le 13 février à l'initiative "Enfants sans tabac".»

Pascal Diethelm,
Président, OxySuisse

Enfants sans tabac
le 13 février

OUI

Envoyer un message

Booster à nouveau

1 320

Personnes touchées

76

Interactions

CAMPAGNE D'OXYSUISSE SUR FACEBOOK

« Der neue Gessler »

OxySuisse
4 février · 🌐

DER NEUE GESSLER



Kinder ohne Tabak
JA
am 13. Februar

2 967
Personnes touchées

271
Interactions

–
Score de diffusion

Booster à nouveau

CAMPAGNE D'OXYSUISSE SUR FACEBOOK

« Der neue Gessler »

OxySuisse
4 février · 🌐

DER NEUE GESSLER

Kinder ohne Tabak
JA
am 13. Februar

Booster à nouveau

The image shows a Facebook post from OxySuisse dated February 4th. The main content is a political cartoon titled 'DER NEUE GESSLER'. The cartoon depicts a group of men in coats and hats walking past a building with a dome. One man is carrying a large sign on his shoulder that features the Marlboro logo and a cowboy hat. A red circular sticker is overlaid on the bottom right of the cartoon, containing the text 'Kinder ohne Tabak JA am 13. Februar'. Below the cartoon is a blue button that says 'Booster à nouveau'.

2 967

Personnes touchées

271

Interactions

CAMPAGNE D'OXYSUISSE SUR FACEBOOK

« Interdire la publicité pour le cervelas, OxySuisse dit OUI si ... »

OxySuisse
31 janvier · 🌐

Interdire la publicité pour le cervelas, OxySuisse dit OUI si...

Si les archives secrètes des fabricants de cervelas révélaiient qu'ils ont menti pendant 50 ans sur la véritable nature de leur produit, dont ils connaissaient le caractère létal depuis le début

S'il était établi qu'ils avaient manipulé la composition du cervelas pour le rendre particulièrement addictif, surtout chez des adolescents

S'ils étaient les premiers à savoir que la consommation régulière du cervelas était la cause de 28 types de cancer et avaient tout fait pour le nier, attribuant ces cancers à tout sauf au cervelas, par exemple à la consommation excessive de haricots

S'ils avaient soudoyé des professeurs d'universités en Suisse pour produire des travaux niant que le cervelas tue un consommateur régulier sur deux, abrégeant sa vie en moyenne de 20 ans

S'ils avaient payé des acteurs de cinéma pour manger des cervelas de leur marque (par exemple, si le groupe Bell avait offert à Di Caprio qu'il soit vu en train de manger un cervelas de sa marque lorsqu'il se trouvait à la Maison Blanche dans le film Don't Look Up en échange de la coquette somme d'un million de dollars)

S'il s'avérait que le marketing des fabricants de cervelas ciblait les adolescents, en leur présentant le choix d'une marque de cervelas comme la clé indispensable pour leur émancipation sexuelle et le développement de leur identité d'adulte

Si les nécessaires mesures de protection des enfants et des jeunes contre un tel marketing insidieux étaient systématiquement bloquées au Parlement par des élus à la solde des grands groupes du cervelas et leur réseau d'alliés

...alors, sans hésitation, OxySuisse dirait « OUI à la protection des enfants et des jeunes contre la publicité pour le cervelas »

4 578
Personnes touchées

976
Interactions

–
Score de diffusion

[Booster à nouveau](#)

CAMPAGNE D'OXYSUISSE SUR FACEBOOK

« Interdire la publicité pour le cervelas, OxySuisse dit OUI si ... »

OxySuisse
31 janvier · 🌐

Interdire la publicité pour le cervelas, OxySuisse dit OUI si...

Si les archives secrètes des fabricants de cervelas révélaiient qu'ils ont menti pendant 50 ans sur la véritable nature de leur produit, dont ils connaissaient le caractère létal depuis le début

S'il était établi qu'ils avaient manipulé la composition du cervelas pour le rendre particulièrement addictif, surtout chez des adolescents

S'ils étaient les premiers à savoir que la consommation régulière du cervelas était la cause de 28 types de cancer et avaient tout fait pour le nier, attribuant ces cancers à tout sauf au cervelas, par exemple à la consommation excessive de haricots

S'ils avaient soudoyé des professeurs d'universités en Suisse pour produire des travaux niant que le cervelas tue un consommateur régulier sur deux, abrégeant sa vie en moyenne de 20 ans

S'ils avaient payé des acteurs de cinéma pour manger des cervelas de leur marque (par exemple, si le groupe Bell avait offert à Di Caprio qu'il soit vu en train de manger un cervelas de sa marque lorsqu'il se trouvait à la Maison Blanche dans le film Don't Look Up en échange de la coquette somme d'un million de dollars)

S'il s'avérait que le marketing des fabricants de cervelas ciblait les adolescents, en leur présentant le choix d'une marque de cervelas comme la clé indispensable pour leur émancipation sexuelle et le développement de leur identité d'adulte

Si les nécessaires mesures de protection des enfants et des jeunes contre un tel marketing insidieux étaient systématiquement bloquées au Parlement par des élus à la solde des grands groupes du cervelas et leur réseau d'alliés

...alors, sans hésitation, OxySuisse dirait « OUI à la protection des enfants et des jeunes contre la publicité pour le cervelas »

4 578

Personnes touchées

976

Interactions

Booster à nouveau

CAMPAGNE D'OXYSUISSE SUR FACEBOOK

« Dimanche je vote NON à l'initiative anti-cervelas »

OxySuisse
8 février · 🌐

DIMANCHE, JE VOTE NON A L'INITIATIVE ANTI-CERVELAS

T'AS RIEN COMPRIS, PAPI

Enfants sans tabac
OUI
le 13 février

6 628 Personnes touchées

541 Interactions

– Score de diffusion

Booster à nouveau

CAMPAGNE D'OXYSUISSE SUR FACEBOOK

« Dimanche je vote NON à l'initiative anti-cervelas »

OxySuisse
8 février · 🌐

DIMANCHE, JE
VOTE NON A
L'INITIATIVE
ANTI-CERVELAS

T'AS RIEN
COMPRIS,
PAPI

Enfants
sans tabac
OUI
le 13 février


Booster à nouveau

6 628
Personnes touchées

541
Interactions

CAMPAGNE D'OXYSUISSE SUR FACEBOOK

« Les Compagnies de tabac ont faussement nié... »

 OxySuisse
15 janvier · 🌐

« Plus le mensonge est gros, plus il passe ! ». C'est la devise du Comité interpartis contre l'interdiction de la publicité. Voici les affirmations que l'on trouve dans son argumentaire :

« La publicité n'est pas un moteur de la consommation de tabac chez les jeunes. »

« Aujourd'hui déjà, la publicité pour le tabac ne s'adresse pas aux jeunes, mais aux fumeurs et fumeuses adultes. »

Ce sont les mêmes arguments mensongers pour lesquels les compagnies de tabac ont été r... Voir plus

Les Compagnies de tabac ont faussement nié que leur marketing cible les jeunes

Les Compagnies de tabac se sont engagées dans une activité coordonnée afin de protéger leur capacité à recruter de nouveaux jeunes fumeurs par le biais du marketing des cigarettes [...].

Afin de protéger la capacité de chaque compagnie de continuer à commercialiser ses produits auprès des adolescents, qui sont d'une importance vitale pour la survie de l'industrie du tabac, puisque les fumeurs plus âgés arrêtent de fumer ou meurent, les Compagnies de tabac n'ont pas cessé de prétendre publiquement qu'elles ne ciblent pas les jeunes, que leur marketing ne s'adresse qu'aux fumeurs adultes, et que leur marketing n'a aucun impact sur le tabagisme des jeunes.

Ces déclarations publiques sont **fausses et trompeuses** et ont été faites dans le but de favoriser l'objectif global de leur entente, qui est de maximiser les profits des Compagnies de tabac provenant de la vente de cigarettes.

Le caractère frauduleux des déclarations des Compagnies de tabac découle de leur reconnaissance, contenue dans des documents internes rédigés depuis des décennies, qu'il était essentiel, pour perpétuer leurs profits, d'initier les adolescents au tabagisme.

Source : Amended Final Opinion, The United States District Court for the District of Columbia, 17 août 2006, page 1518 (<https://www.justice.gov/civil/cases/tobacco2/amended%20opinion.pdf>)

11 495 Personnes touchées	1 316 Interactions	— Score de diffusion	Booster à nouveau
------------------------------	-----------------------	-------------------------	-------------------

CAMPAGNE D'OXYSUISSE SUR FACEBOOK

« Les Compagnies de tabac ont faussement nié... »

OxySuisse
15 janvier · 🌐

« Plus le mensonge est gros, plus il passe ! ». C'est la devise du Comité interpartis contre l'interdiction de la publicité. Voici les affirmations que l'on trouve dans son argumentaire :
« La publicité n'est pas un moteur de la consommation de tabac chez les jeunes. »
« Aujourd'hui déjà, la publicité pour le tabac ne s'adresse pas aux jeunes, mais aux fumeurs et fumeuses adultes. »
Ce sont les mêmes arguments mensongers pour lesquels les compagnies de tabac ont été r... Voir plus

Les Compagnies de tabac ont faussement nié que leur marketing cible les jeunes

Les Compagnies de tabac se sont engagées dans une activité coordonnée afin de protéger leur capacité à recruter de nouveaux jeunes fumeurs par le biais du marketing des cigarettes [...].

Afin de protéger la capacité de chaque compagnie de continuer à commercialiser ses produits auprès des adolescents, qui sont d'une importance vitale pour la survie de l'industrie du tabac, puisque les fumeurs plus âgés arrêtent de fumer ou meurent, les Compagnies de tabac n'ont pas cessé de prétendre publiquement qu'elles ne ciblent pas les jeunes, que leur marketing ne s'adresse qu'aux fumeurs adultes, et que leur marketing n'a aucun impact sur le tabagisme des jeunes.

Ces déclarations publiques sont **fausses et trompeuses** et ont été faites dans le but de favoriser l'objectif global de leur entente, qui est de maximiser les profits des Compagnies de tabac provenant de la vente de cigarettes.

Le caractère frauduleux des déclarations des Compagnies de tabac découle de leur reconnaissance, contenue dans des documents internes rédigés depuis des décennies, qu'il était essentiel, pour perpétuer leurs profits, d'initier les adolescents au tabagisme.

Source : Amended Final Opinion, The United States District Court for the District of Columbia, [https://www.uscourts.gov/cdo2/amended%20opinion.pdf](#)

Booster à nouveau

11 495

Personnes touchées

1 316

Interactions

CAMPAGNE D'OXYSUISSE SUR FACEBOOK

« Pour la Suisse de l'avenir »

OxySuisse
15 décembre 2021 · 🌐

**CONSEILLER FÉDÉRAL
HISSANT
LE DRAPEAU SUISSE**

C'EST LA SUISSE DU PASSÉ.

**POUR LA SUISSE
DE L'AVENIR**

**Enfants +
sans tabac
OUI**
le 13 février

22 588
Personnes touchées

2 414
Interactions

–
Score de diffusion

Booster à nouveau

CAMPAGNE D'OXYSUISSE SUR FACEBOOK

« Pour la Suisse de l'avenir »

OxySuisse
15 décembre 2021 · 🌐

**CONSEILLER FÉDÉRAL
HISSANT
LE DRAPEAU SUISSE**

C'EST LA SUISSE DU PASSÉ.

**POUR LA SUISSE
DE L'AVENIR**

**Enfants +
sans tabac
OUI**
le 13 février

Booster à nouveau

22 588
Personnes touchées

2 414
Interactions

CAMPAGNE D'OXYSUISSE SUR FACEBOOK

« Le 13 février... »

OxySuisse
1 février · 🌐

LE 13 FÉVRIER

27 033
Personnes touchées

1 771
Interactions

–
Score de diffusion

Booster à nouveau

CAMPAGNE D'OXYSUISSE SUR FACEBOOK

« Le 13 février... »



27 033

Personnes touchées

1 771

Interactions

CAMPAGNE D'OXYSUISSE SUR FACEBOOK

Résumé en chiffres

<i>Publications</i>	<i>Personnes touchées</i>	<i>Interactions</i>
Pour l'économie, "Enfants sans tabac" OUI!	1,320	76
Der neue Gessler	2,967	271
Interdire la publicité pour le cervelas, OxySuisse dit OUI si ...	4,578	976
Dimanche je vote NON à l'initiative anti-cervelas	6,628	541
Les Compagnies de tabac ont faussement nié...	11,495	1,316
Pour la Suisse de l'avenir	22,588	2,414
Le 13 février...	27,033	1,771
Totaux	76,609	7,365

CAMPAGNE D'OXYSUISSE SUR FACEBOOK

Résumé en chiffres

<i>Publications</i>	<i>Personnes touchées</i>	<i>Interactions</i>
Pour l'économie, "Enfants sans tabac" OUI!	1,320	76
Der neue Gessler	2,967	271
Interdire la publicité pour le cervelas, OxySuisse dit OUI si ...	4,578	976
Dimanche je vote NON à l'initiative anti-cervelas	6,628	541
Les Compagnies de tabac ont faussement nié...	11,495	1,316
Pour la Suisse de l'avenir	22,588	2,414
Le 13 février...	27,033	1,771
Totaux	76,609	7,365

Budget : 768,28 CHF

- 1 centime par personne touchée
- 10 centimes par interaction

**CRÉATION DU COMITÉ GENEVOIS
«ENFANTS SANS TABAC»
AVEC LA CONSEILLÈRE NATIONALE
L. FEHLMANN-RIELLE ET LE CIPRET-GE**

COMITÉ GENEVOIS
«ENFANTS SANS TABAC»



POUR LEUR SANTÉ



POUR LA PLANÈTE



POUR L'ÉCONOMIE



POUR GENÈVE*

*Capitale mondiale de la santé publique



Comité genevois de l'initiative "Enfants sans tabac"

Madame Delphine Bachmann Députée au Grand-Conseil, PDC	Monsieur Jean-Luc Forni Député au Grand-Conseil, PDC
Monsieur François Baertschi Député au Grand-Conseil, MCG	Monsieur Jean-Marc Guinchard Député au Grand-Conseil, PDC
Madame Patricia Bidaux-Rodriguez Députée au Grand-Conseil, PDC	Madame Jocelyne Haller Députée au Grand-Conseil, EAG
Monsieur Didier Bonny Député au Grand-Conseil, Ve	Prof. Jean-Paul Humair Médecin directeur, CIPRET-Genève
Prof. Bettina Borisch Professeure, Institut de santé globale, Université de Genève	Prof. Samia Hurst-Majno Professeure, Directrice de l'iEH2, Université de Genève
Madame Patricia Borrero Présidente, Section Genève, Association Suisse des Infirmières	Madame Delphine Klopfenstein Broggin Conseillère nationale, Ve
Dr Bertrand Buchs Député au Grand-Conseil, PDC	Monsieur Michel Matter Président AMG, Conseiller national, Pvl
Madame Marjorie de Chastonay Députée au Grand-Conseil, Ve	Madame Lisa Mazzone Conseillère aux États, Ve
Dr Pierre Conne Président, Ligue contre le Cancer	Madame Isabelle Pasquier-Eichenberger Conseillère nationale, Ve
Madame Jennifer Conti Députée au Grand-Conseil, S	Prof. Patrick Saudan Responsable de l'Unité dialyse, HUG, Député au Grand-Conseil
Monsieur Christian Dandrès Conseiller national, S	Dr Souheil Sayegh Député au Grand-Conseil, PDC
Monsieur Emmanuel Deonna Député au Grand-Conseil, S	Dr Michel Starobinski Oncologue
Monsieur Pascal Diethelm Président, OxySuisse	Madame Corinne Wahl Tabacologue, CIPRET-Genève
Madame Laurence Fehlmann Rielle Conseillère nationale, S	Monsieur Nicolas Walder Conseiller national, Ve

Comité genevois de l'initiative "Enfants sans tabac"

Madame Delphine Bachmann
Députée au Grand-Conseil, PDC

Monsieur Jean-Luc Forni
Député au Grand-Conseil, PDC

Monsieur François Baertschi
Député au Grand-Conseil, MCG

Monsieur Jean-Marc Guinchard
Député au Grand-Conseil, PDC

Madame Patricia Bidaux-Rodriguez
Députée au Grand-Conseil, PDC

Madame Jocelyne Haller
Députée au Grand-Conseil, EAG

Monsieur Didier Bonny
Député au Grand-Conseil, Ve

Prof. Jean-Paul Humair
Médecin directeur, CIPRET-Genève

Prof. Bettina Borisch
Professeure, Institut de santé globale, Université de Genève

Représentation politique:

- 14 députés au Grand conseil genevois, dont son actuel président
- 7 conseillers nationaux (sur 12)
- 1 conseillère aux États
- Partis : tous sauf l'UDC

Madame Patricia Borrero
Présidente, Section Genève, Association

Broggini

Dr Bertrand Buchs
Député au Grand-Conseil, PDC

nal, Pvl

Madame Marjorie de Chastonay
Députée au Grand-Conseil, Ve

Dr Pierre Conne
Président, Ligue contre le Cancer

enberger

Madame Jennifer Conti
Députée au Grand-Conseil, S

Prof. Patrick Saudan
Responsable de l'Unité dialyse, HUG, Député au Grand-Conseil

Monsieur Christian Dandrès
Conseiller national, S

Dr Souheil Sayegh
Député au Grand-Conseil, PDC

Monsieur Emmanuel Deonna
Député au Grand-Conseil, S

Dr Michel Starobinski
Oncologue

Monsieur Pascal Diethelm
Président, OxySuisse

Madame Corinne Wahl
Tabacologue, CIPRET-Genève

Madame Laurence Fehlmann Rielle
Conseillère nationale, S

Monsieur Nicolas Walder
Conseiller national, Ve

Initiative Oui à la protection contre la publicité pour le tabac

Acceptez-vous l'initiative populaire du 12 septembre 2019 «Oui à la protection des enfants et des jeunes contre la publicité pour le tabac (enfants et jeunes sans publicité pour le tabac)»?

Résultats Genève

Résultats Suisse

OUI 45 communes

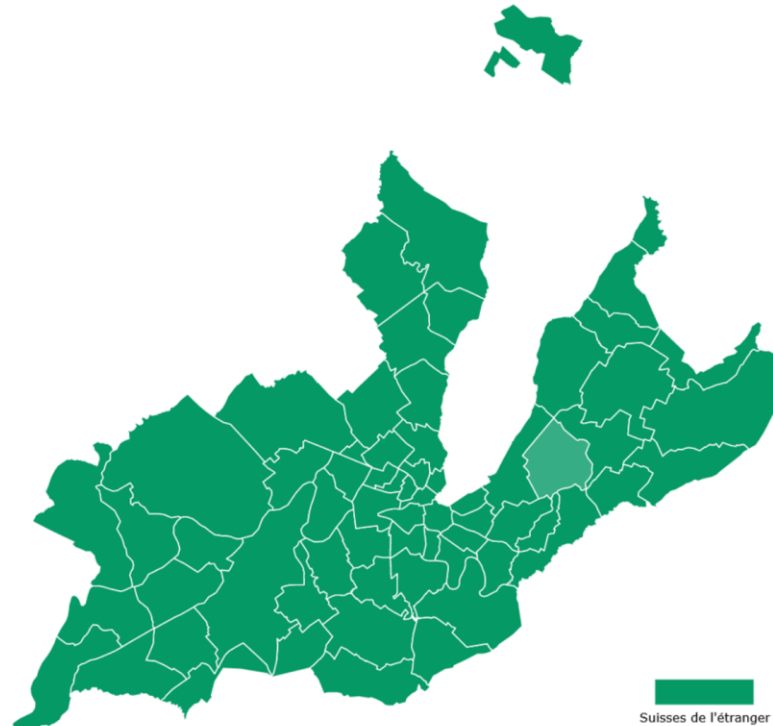
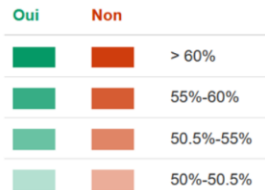
50%

NON 0 commune

✓ 74.82%

25.18%

Initiative acceptée par Genève



Conférence de presse le 27 janvier 2022



Comité genevois « Enfants sans tabac »
Conférence de presse du 27 janvier 2022

Oui à l'initiative « Enfants sans tabac » ...
...parce que c'est bon pour l'économie

Pascal Diethelm, Président, OxySuisse

Conférence de presse le 27 janvier 2022



Comité genevois « Enfants sans tabac »
 Conférence de presse du 27 janvier 2022

Catégorie	Suisse + monde (emplois)	Marché suisse (emplois)	Explication
Répercussion directe			
Culture	200	0	La manufacture du tabac n'utilise que 3% du tabac cultivé en suisse; 75% des cigarettes fabriquées en Suisse sont exportées
Manufacture	4'700	1'000	3'000 employés sont affectés aux opérations internationales des multinationales; 75% de la production est exportée
Distribution	1'300	1'300	La distribution est exclusivement domestique
Répercussion indirecte	5'200	0	Les répercussions indirectes ne sont pas comptabilisées, car l'argent non dépensé en tabac ne disparaît pas, mais est dépensé autrement
Total	11'400	2'600	Seuls les emplois liés au marché suisse sont « impactés »
Perte d'emplois max. dans le secteur du tabac		-200	L'interdiction de la publicité induit graduellement une diminution de 7% de la consommation

PAGE SUR FACEBOOK



Modifier



Enfants sans tabac - Genève

@enfants.sans.tabac.ge · Médecine et santé

Modifier WhatsApp

Accueil Services Avis Boutique Plus ▾

Promouvoir



Inviter vos amis à aimer votre Page

Plus de personnes peuvent voir vos publications dans le fil d'actualité si vos amis aiment votre Page et partagent des publications. Les invitations seront envoyées depuis Pascal A. Diethelm.

Rechercher des amis à inviter

Georgette Clerc

Inviter

Gustavo Torrez

Inviter

Emmanuel Deonna

Inviter

Voir tous les amis



Créer une publication



Photo/vidéo



Recevoir des messages WhatsApp



Humeur/Activité

Créer



En direct



Évènement



Offre



PUBLICATION ÉPINGLEÉE



Enfants sans tabac - Genève

Publié par Pascal A. Diethelm · 18 février ·

Merci Genève! Danke, Genf! Grazie Ginevra! Thank you Geneva!
pour ce plébiscite de l'initiative "Enfants sans tabac"

Datum: 02.02.2022



Genève

Le Courrier
1211 Genève 6
022 / 509 55 66
<https://lecourrier.ch/>

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 7061
Erscheinungsweise: 5x wöchentlich

Seite: 2
Fläche: 30'515 mm²

Auftrag: 729014
Themen-Nr.: 729.014

Referenz: 83252349
Ausschnitt Seite: 1/1

Protéger la jeunesse contre les graves dangers du tabac

Votation ► Une quinzaine de personnalités genevoises, au rang desquelles des élu-es de différents bords, des spécialistes de la prévention du tabagisme et d'autres professionnel-les de la santé, ont signé un texte appelant la population à se mobiliser en faveur de l'initiative fédérale «Enfants sans tabac». Extraits.

De nombreuses études montrent qu'une interdiction totale de la publicité pour le tabac réduit en moyenne de 7,4% le nombre de fumeurs dans la population. L'initiative «Enfants sans tabac» sur laquelle nous voterons le 13 février prochain rallie derrière elle un large front, des milieux de promotion de la santé aux faitières d'associations médicales et de protection de la jeunesse et des élu-es de gauche comme de droite. L'initiative augmentera les chances des jeunes de ne pas commencer à fumer. Elle permettra également de diminuer les coûts du tabagisme qui s'élèvent à 5,6 milliards par année. Elle rendra possible la ratification de la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac (CCLAT) et permettra à la Suisse de se conformer aux buts visés par la Convention de l'ONU relative aux droits de l'enfant.

La publicité pour le tabac est aujourd'hui très présente avec des stratégies multiples, imaginatives et sophistiquées ciblant en particulier les jeunes. Plusieurs études récentes ont montré une relation entre le fait d'être exposé à la publicité pour le tabac et le risque qu'un jeune commence à fumer bien avant l'âge adulte. En Suisse, 57% des fumeurs et fumeuses ont commencé à consommer du tabac avant l'âge de 18 ans. Plus on commence à fumer tôt, plus le risque de développer une dépendance durable est élevé.

L'adolescence est une période de transition cruciale. Les adolescents ont besoin du regard de leurs pairs dans lequel ils peuvent se projeter et qu'ils considèrent comme des modèles. Cette recherche de conformité passe par des conduites telles que le renforcement ou l'imitation. Adopter un comportement conforme au groupe est d'autant plus attirant pour les jeunes que cette conformité va de pair avec la transgression d'un interdit. C'est ainsi que la promo-

tion d'un produit comme la cigarette ou le vapotage avec sa gestuelle, relayée par des influenceurs, peut jouer un rôle très pernicieux auprès des jeunes. Cela fait partie de la stratégie de l'industrie qui utilise ces relais efficaces, visibles par les jeunes mais très peu par les adultes.

Le contre-projet indirect à l'initiative est le résultat du puissant travail de lobbying de l'industrie du tabac. Il n'est pas efficace car la publicité sera toujours possible dans la plupart des lieux accessibles aux enfants et aux jeunes, sur internet, les réseaux sociaux, dans les festivals et les points de vente. A l'appui de son refus de l'initiative, l'industrie du tabac met en avant sa contribution à l'économie suisse, en particulier aux emplois. Or, les chiffres qu'elle avance ne font pas la différence entre les emplois liés aux activités internationales des multinationales basées en Suisse et les emplois liés au marché suisse du tabac. La manufacture du tabac ne fait usage que de 3% du tabac cultivé en Suisse; 75% des cigarettes fabriquées en Suisse sont exportées. Au lieu des 11 500 emplois impactés selon les chiffres biaisés de l'industrie, seuls 200 emplois dans le secteur du tabac seraient menacés, et de façon très graduelle.

Le Conseil fédéral a reconnu dans son message que l'interdiction de la publicité pour le tabac pourrait entraîner le transfert de places de travail vers d'autres secteurs économiques. L'argent qui n'est pas dépensé pour les produits du tabac le serait à d'autres fins de consommation. Au vu de la lucidité de ce constat, la position du Conseil fédéral est aussi incompréhensible que problématique. Pour justifier son refus de l'initiative, le gouvernement a exprimé sa volonté «de restreindre la publicité dans une mesure acceptable à l'industrie du tabac». Le 13 février prochain, la population suisse a une opportunité précieuse de prendre une mesure concrète pour protéger la santé de la jeunesse, et limiter les graves dégâts socio-sanitaires et environnementaux occasionnés par le tabac.

La liste des signataires est à retrouver sur <https://lecourrier.ch/theme/agora/>



Votation ► Une quinzaine de personnalités genevoises, au rang desquelles des élu-es de différents bords, des spécialistes de la prévention du tabagisme et d'autres professionnel-les de la santé, ont signé un texte appelant la population à se mobiliser en faveur de l'initiative fédérale «Enfants sans tabac». Extraits.

18 ans. Plus on commence à fumer tôt, plus le risque de développer une dépendance durable est élevé.

L'adolescence est une période de transition cruciale. Les adolescent-es ont besoin du regard de leurs pairs dans lequel ils peuvent se projeter et qu'ils considèrent comme des modèles. Cette recherche de conformité passe par des conduites telles que le renforcement ou l'imitation. Adopter un comportement conforme au groupe est d'autant plus attirant pour les jeunes que cette conformité va de pair avec la transgression d'un interdit. C'est ainsi que la promo-

compréhensible que problématique. Pour justifier son refus de l'initiative, le gouvernement a exprimé sa volonté «de restreindre la publicité dans une mesure acceptable à l'industrie du tabac». Le 13 février prochain, la population suisse a une opportunité précieuse de prendre une mesure concrète pour protéger la santé de la jeunesse, et limiter les graves dégâts socio-sanitaires et environnementaux occasionnés par le tabac.

La liste des signataires est à retrouver sur <https://lecourrier.ch/theme/agora/>

Une presse plutôt orientée en faveur de l'initiative...



Mercredi-jeudi
26-27 janvier 2022

Numéro 7
Prix 4,50 CHF (TVA 2,5% ind.) - 4,50 EUR
www.agefi.com - agefi@agefi.com
SA-99-JOURNAL - CASI-POSTALE #1
CH-1804 ECHANDENS-DENÈVE

'AGEFI

PIMCO
A global leader in
active fixed income
www.pimco.ch

FONDÉE EN 1950

ÉDITORIAL
MAUDE BONVIN
**Accélérer le retour
à la normale**

Si Omicron circule largement en Suisse, le variant du Covid ne provoque pas de surcharge dans les hôpitaux. Fort de ce constat, le gouvernement licite bien mercredi d'avancer son calendrier de sortie de crise. Il s'agit d'abord d'une question de cohérence: les sept Sages conditionnent leurs décisions sanitaires à la situation dans les établissements hospitaliers. Or elle ne cesse de s'améliorer. Il est également question de bon sens à l'heure où les mesures sanitaires n'arrivent plus à être appliquées par certains cantons. Les autorités cantonales peinent, depuis plusieurs semaines, à assurer le traçage des contacts. Certaines d'entre elles ont renoncé au testing préventif dans les hôpitaux et les EMS, faute de disponibilité suffisante de tests et de personnel. Dans ces conditions, les restrictions apparaissent de moins en moins logiques aux yeux de la population.

À cela s'ajoutent les pénuries de personnel et les retards de livraison en lien avec les quarantaines collectives, alors que les entreprises ont adopté des plans de protection pour contourner le virus. La task force de la Confédération le reconnaît elle-même: «l'utilité des quarantaines et isolements a diminué dans le contexte actuel de forte incidence et contagiosité».

Pourqu'on ne passe pas les limites, au moment où certains secteurs paient le prix fort des limitations d'activité? Près de 70% des restaurants se trouvent dans les chiffres rouges, selon l'organisation l'Alliance Gastronomique. Or, certains n'ont pas été indemnisés depuis des mois. Pour ne citer qu'eux, fitness, foires et salons souffrent aussi. Et l'aide pour les cas de rigueur se fait toujours attendre pour cette année. Encore une fois, le soutien économique arrive avec un temps de retard.

Pour l'heure, le Conseil fédéral prévoit d'attendre la fin du mois de mars pour lever toutes les mesures sanitaires. Il a pourtant toutes les raisons d'accélérer dès ce mercredi sa stratégie de sortie de crise, et ainsi d'apporter une bouffée d'oxygène aux branches concernées et à l'ensemble de la population. **PAGE 5**

HORLOGERIE
Swatch Group rebondit
grâce à la Chine et aux États-Unis **PAGE 5**

ACTEURS
Les médias ne méritent pas le paquet
d'aides mis en votation, selon la «NZZ» **PAGE 9**

Tableau de bord de la finance durable

Actions marchés émergents



Chaque semaine, «L'Agefi» et Conser comparent deux ETF. L'un suit les critères de la finance durable, l'autre pas. Lequel a le meilleur rendement? **PAGE 13**

**«La hausse des taux
aura un impact positif»**



Guy de Picotto, le directeur général d'URP s'attend à ce que «les marchés corrigent leur» faux départ de janvier. Il ne redoute pas le resserrement monétaire aux États-Unis. **PAGE 3**

Industrie du tabac, ce que disent les chiffres

VOTATION. Emplois, valeur ajoutée, impôts, coûts pour la santé, enquête sur un secteur qui risque de nouvelles restrictions.

Combien d'emplois l'industrie du tabac occupe-t-elle en Suisse? La réponse varie de 11 500 à seulement 2226, selon les sources et l'inclusion des postes de travail indirects, comme les salariés des kiosques à journaux, qui vendent aussi des cigarettes. A quelques semaines de la mise au vote d'une initiative qui durcit les limites à la

publicité pour le tabac, en interdisant là où enfants et adolescents pourraient la voir, L'Agefi a rassemblé une série de statistiques afin de mesurer ce que coûte, et rapporte, cette industrie. Et d'estimer les conséquences d'un oui dans les urnes. Les chiffres officiels manquent, et l'une des études les plus complètes remonte à 2017. Elle a été publiée par KPMG. Le

cabinet d'audit et de conseil estime notamment que la culture, la production et la distribution contribue à hauteur de 2,1 milliards de francs au PIB. Les coûts pour la santé ne peuvent cependant pas être ignorés. Un rapport de l'Institut d'économie de la santé de Winterthour (INGW) les estime, en 2016, à 3 milliards de francs. **PAGES 2 ET 3**

«Je me sens innocent», Pierin Vincenz au premier jour de son procès



Justice. L'ex-CEO de la banque Raiffeisen conteste les accusations contre lui lors du premier jour d'un procès hors norme à Zurich. **PAGE 3**

Boudé en Bourse, Logitech rassure

PÉRIPHÉRIQUES. Sur les six derniers mois, l'action Logitech a perdu près de 40% de sa valeur. Mais les résultats communiqués mardi pourraient convaincre les investisseurs de redevenir acheteurs du titre du spécialiste des webcams et des équipements de gaming. Il a en tout cas fini la journée sur une progression de 6,15% à 70 francs. Le groupe dirigé par Bracken

Darrell souffre de la comparaison avec les résultats exceptionnels de 2020-2021, portés par les confinements liés à la pandémie. Cependant, les analystes relèvent sa bonne performance au trimestre passé, en particulier dans le domaine des vidéoconférences à l'heure du retour au bureau, surtout aux États-Unis. La base d'utilisateurs continue de grandir. **PAGE 4**

Les gestionnaires d'actifs Woodman et Pentagram fusionnent

Toutes les clés
de l'immobilier
génévois

MOSER VERNET & CIE



PAGE 4



...même la
presse
économique,
qui d'habitude
penche du
côté du tabac

POINT FORT

Les milliards que rapportent et coûtent le secteur du tabac à la Suisse

VOTATION. En vue du scrutin du 13 février, «L'Agefi» fait le point sur le poids économique de cette industrie et tente d'évaluer son rapport coûts/bénéfices en trois points.

Maude Bonvin

L'initiative contre la publicité pour le tabac a pour but d'interdire toute publicité pour le tabac à ou des enfants et des adolescents peuvent la voir. Opposé à ce texte, le conseiller national PLR, Damien Cottier, souligne que l'on ne saurait mettre sur le même plan la protection des mineurs et les intérêts de l'économie, la première ayant la priorité. Il ajoute toutefois que le contre-projet du Parlement cible plus spécifiquement la protection des jeunes, par opposition à une interdiction quasi générale de publicité, et que ce faisant son impact économique est également moindre. L'Agefi a essayé d'estimer le poids du secteur du tabac en Suisse, ses externalités négatives et les conséquences économiques de l'initiative.

COMBIEN D'EMPLOIS ?

Un certain nombre de rapports fournissent des estimations très variables des postes de travail qui existent, au moins en partie, grâce à l'industrie du tabac. Par exemple, une étude de KPMG estime à 11.500 le nombre d'emplois directs et indirects, soit environ 0,2% de la population active. Dans son enquête publiée en 2017 et non répliquée depuis, la société de conseil comptabilise les salaires des kiosques, qui vendent non seulement des journaux mais aussi des cigarettes. En comparaison, Migros, le plus grand employeur privé du pays, occupe 99.155 personnes. Les évaluations du Secrétariat d'Etat à l'économie (Seco) sont tout autres. En 2016, le Seco recensait ainsi 4.581 personnes qui œuvraient dans la culture, la production et la distribution de tabac. En 2019, l'Office fédéral de la statistique (OFS)



Production. Fabrice Berset, agriculteur de Vesin (FR), contrôle le séchage des feuilles de tabac qu'il cultive. Le broyand préside par ailleurs le comité directeur de SwissTabac, coopérative fédérale qui regroupe 133 planteurs de toute la Suisse. La production est livrée à la Sot, qui la distribue ensuite aux cigarettiers.

fait état d'un nombre assez proche: 4.271 emplois. Si l'on restreint le champ à la seule fabrication de produits à base de tabac, le directeur exécutif de l'initiative Crea de l'Université de Lausanne, Mathieu Grobety, réduit les effectifs à 2.226 personnes actuellement actives, soit 0,06% des équivalents plein temps dans toute l'économie au niveau national. Pour l'économiste et président d'OceySuisse, une association qui milite pour une Suisse sans tabac, Pascal Diethelm, ce secteur s'est fortement automatisé ces dernières décennies, avec pour conséquence une diminution de la main-d'œuvre. Plus de 3.000 individus tra-

vailent pour Philip Morris International (PMI) en Suisse. Son principal concurrent, Japan Tobacco International (JTI), emploie, lui, plus de 1000 personnes sur le territoire helvétique. Selon Pascal Diethelm, 3.000 salariés du secteur se consacrent aux opérations internationales, les autres se focalisent uniquement sur le marché helvétique. En outre, seul un quart des cigarettes fabriquées en Suisse sont destinées à la consommation domestique, d'après lui. Les cigarettiers s'approvisionnent à hauteur de 3% en feuilles de tabac, et autres intrants sur le territoire helvé-

tique. La production locale baisse en raison d'une culture exigeante et nécessitant beaucoup de main-d'œuvre. «De fait, les 133 producteurs de tabac se partagent une subvention annuelle de 15 millions de francs de la Confédération», poursuit Pascal Diethelm. En cas de oui dans les urnes, quel des postes de travail? Damien Cottier indique ne pas pouvoir calculer un impact direct de l'initiative. «Il ne faut cependant pas sous-estimer les conditions générales d'un pays pour des choix d'implantation de groupes internationaux. Si la Suisse devient plus restrictive à différents niveaux, comme par exemple la publi-

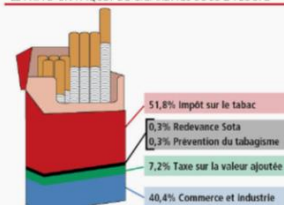
cité, la fiscalité, la responsabilité civile des entreprises et les normes de production, on peut craindre qu'à terme, elle ne perde en attractivité», poursuit l'Ulu PLR qui préside également l'Union suisse catholique des arts et métiers. Interrogé par L'Agefi, Philip Morris Suisse a fourni une réponse par écrit: «Une main-d'œuvre hautement qualifiée et des conditions économiques stables comptent pour nous parmi les avantages de la Suisse. Si l'initiative était acceptée, ce ne serait vraisemblablement pas sans conséquences pour l'emploi.» Le géant du tabac n'a pas commenté le risque de délocalisation. De son côté,

Mathieu Grobety juge l'impact sur l'emploi faible étant donné que l'industrie du tabac exporte 79% de sa production. Aux yeux de Pascal Diethelm, une interdiction de la publicité du tabac serait même source d'opportunités. En se basant sur une récente étude anglaise rapportée à la Suisse, l'économiste parvient à la conclusion que cette interdiction entraînerait un repli graduel de 7% de la consommation de tabac sur 1,6 million de fumeurs. Ce pouvoir d'achat se répercuterait sur d'autres secteurs, ce qui aurait pour effet la création nette de 3.000 postes de travail, selon ses calculs. D'après lui, ces nouveaux emplois feraient plus que compenser les pertes de travail qu'il estime à environ 200 postes dans le tabac.

QUELLE CONTRIBUTION AU PIB ?

Comme pour l'emploi, le calcul de la contribution du secteur du tabac au PIB varie fortement d'une source à l'autre. Selon le Seco, il n'existe même pas de données officielles. KPMG estime la valeur ajoutée générée par le tabac à 2,1 milliards de francs en 2016, en prenant en considération les activités de culture, de production et de distribution. D'après Mathieu Grobety, la richesse créée par la fabrication de tabac a atteint 550 millions en 2020, soit moins de 0,1% du PIB. Elle se chiffre à 3,2 millions pour le seul canton de Vaud, toujours selon Mathieu Grobety. D'après l'étude de KPMG, l'impôt et TVA sur le tabac ont par ailleurs rapporté à la Suisse 2,45 milliards de francs en 2016. Plus de 2 milliards ont financé l'AVS et l'AI, soit 6% des recettes totales de ces deux assurances sociales. Patrick Eperon, coordinateur romand de la campagne des opposants à l'initiative, considère ces apport

LE PRIX D'UN PAQUET DE CIGARETTES SOUS LA LOUPE



La Sot joue le rôle d'intermédiaire entre producteurs et fabricants de tabac en Suisse, en rassemblant la récolte de tabac et en la reconditionnant en cigarettes. Près de 52% du prix est destiné à l'impôt. Office fédéral de la douane

VENTES DE CIGARETTES EN NET REPLI



POINT FORT

Les milliards que rapportent et coûtent le secteur du tabac à la Suisse

VOTATION. En vue du scrutin du 13 février, «L'Agefi» fait le point sur le poids économique de cette industrie et tente d'évaluer son rapport coûts/bénéfices en trois points.

Maude Bonvin

L'initiative contre la publicité pour le tabac a pour but d'interdire toute publicité pour le tabac à ou des enfants et des adolescents peuvent la voir. Opposé à ce texte, le conseiller national PLR, Damien Cottier, souligne que l'on ne saurait mettre sur le même plan la protection des mineurs et les intérêts de l'économie, la première ayant la priorité. Il ajoute toutefois que le contre-projet du Parlement cible plus spécifiquement la protection des jeunes, par opposition à une interdiction quasi générale de publicité, et que ce faisant son impact économique est également moindre. L'Agefi a essayé d'estimer le poids du secteur du tabac en Suisse, ses externalités négatives et les conséquences économiques de l'initiative.

COMBIEN D'EMPLOIS ?

Un certain nombre de rapports fournissent des estimations très variables des postes de travail qui existent, au moins en partie, grâce à l'industrie du tabac. Par exemple, une étude de KPMG estime à 11 500 le nombre d'emplois directs et indirects, soit environ 0,2% de la population active. Dans son enquête publiée en 2017 et non répliquée depuis, la société de conseil comptabilise les salariés des kiosques, qui vendent non seulement des journaux mais aussi des cigarettes. En comparaison, Migros, le plus grand employeur privé du pays, occupe 99 155 personnes. Les évaluations du Secrétariat d'Etat à l'économie (Seco) sont tout autres. En 2016, le Seco recensait ainsi 4 581 personnes qui œuvraient dans la culture, la production et la distribution de tabac. En 2019, l'Office fédéral de la statistique (OFS)



Production. Fabrice Berset, agriculteur de Vesin (FR), contrôle le séchage des feuilles de tabac qu'il cultive. Le broyand préside par ailleurs le comité directeur de SwissTabac, coopérative fédérale qui regroupe 133 planteurs de toute la Suisse. La production est livrée à la Sotc, qui la distribue ensuite aux cigarettiers.

fait état d'un nombre assez proche: 4 271 emplois. Si l'on restreint le champ à la seule fabrication de produits à base de tabac, le directeur exécutif de l'Initiative Crea de l'Université de Lausanne, Mathieu Grobety, réduit les effectifs à 2 226 personnes actuellement actives, soit 0,06% des équivalents plein temps dans toute l'économie au niveau national. Pour l'économiste et président d'OceySuisse, une association qui milite pour une Suisse sans tabac, Pascal Diethelm, ce secteur s'est fortement automatisé ces dernières décennies, avec pour conséquence une diminution de la main-d'œuvre. Plus de 3 000 individus tra-

vailent pour Philip Morris International (PMI) en Suisse. Son principal concurrent, Japan Tobacco International (JTI), emploie, lui, plus de 1000 personnes sur le territoire helvétique. Selon Pascal Diethelm, 3 000 salariés du secteur se consacrent aux opérations internationales, les autres se focalisent uniquement sur le marché helvétique. En outre, seul un quart des cigarettes fabriquées en Suisse sont destinées à la consommation domestique, d'après lui. Les cigarettiers s'approvisionnent à hauteur de 3% en feuilles de tabac, et autres intrants sur le territoire helvétique.

La production locale baisse en raison d'une culture exigeante et nécessitant beaucoup de main-d'œuvre. «De fait, les 133 producteurs de tabac se partagent une subvention annuelle de 15 millions de francs de la Confédération», poursuit Pascal Diethelm. En cas de oui dans les urnes, quel des postes de travail? Damien Cottier indique ne pas pouvoir calculer un impact direct de l'initiative. «Il ne faut cependant pas sous-estimer les conditions générales d'un pays pour des choix d'implantation de groupes internationaux. Si la Suisse devient plus restrictive à différents niveaux, comme par exemple la publi-

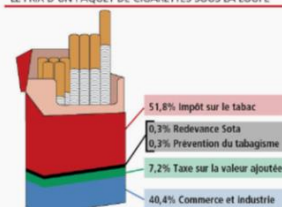
cité, la fiscalité, la responsabilité civile des entreprises et les normes de production, on peut craindre qu'à terme, elle ne perde en attractivité», poursuit l'Ulu PLR qui préside également l'Union suisse catholique des arts et métiers. Interrogé par L'Agefi, Philip Morris Suisse a fourni une réponse par écrit: «Une main-d'œuvre hautement qualifiée et des conditions économiques stables comptent pour nous parmi les avantages de la Suisse. Si l'initiative était acceptée, ce ne serait vraisemblablement pas sans conséquences pour l'emploi.» Le géant du tabac n'a pas commenté le risque de délocalisation. De son côté,

Mathieu Grobety juge l'impact sur l'emploi faible étant donné que l'industrie du tabac exporte 79% de sa production. Aux yeux de Pascal Diethelm, une interdiction de la publicité du tabac serait même source d'opportunités. En se basant sur une récente étude anglaise rapportée à la Suisse, l'économiste parvient à la conclusion que cette interdiction entraînerait un repli graduel de 7% de la consommation de tabac sur 1,6 million de fumeurs. Ce pouvoir d'achat se répercuterait sur d'autres secteurs, ce qui aurait pour effet la création nette de 3 000 postes de travail, selon ses calculs. D'après lui, ces nouveaux emplois feraient plus que compenser les pertes de travail qu'il estime à environ 200 postes dans le tabac.

QUELLE CONTRIBUTION AU PIB ?

Comme pour l'emploi, le calcul de la contribution du secteur du tabac au PIB varie fortement d'une source à l'autre. Selon le Seco, il n'existe même pas de données officielles. KPMG estime la valeur ajoutée générée par le tabac à 2,1 milliards de francs en 2016, en prenant en considération les activités de culture, de production et de distribution. D'après Mathieu Grobety, la richesse créée par la fabrication de tabac a atteint 550 millions en 2020, soit moins de 0,1% du PIB. Elle se chiffre à 3,2 millions pour le seul canton de Vaud, toujours selon Mathieu Grobety. D'après l'étude de KPMG, l'impôt et TVA sur le tabac ont par ailleurs rapporté à la Suisse 2,45 milliards de francs en 2016. Plus de 2 milliards ont financé l'AVS et l'AI, soit 6% des recettes totales de ces deux assurances sociales. Patrick Eperon, coordinateur romand de la campagne des opposants à l'initiative, considère ces apport

LE PRIX D'UN PAQUET DE CIGARETTES SOUS LA LOUPE



La Sotc joue le rôle d'intermédiaire entre producteurs et fabricants de tabac en Suisse, en rassemblant la récolte de tabac et en la reconditionnant en cigarettes. Près de 52% du prix est destiné à l'impôt. Office fédéral de la douane

VENTES DE CIGARETTES EN NET REPLI



POINT FORT

Les milliards que rapportent et coûtent le secteur du tabac à la Suisse

VOTATION. En vue du scrutin du 13 février, «L'Agefi» fait le point sur le poids économique de cette industrie et tente d'évaluer son rapport coûts/bénéfices en trois points.

Maude Bonvin

Illustration: courtes, Lausanne

Pour l'économiste et président d'OxySuisse, une association qui milite pour une Suisse sans tabac, Pascal Diethelm, ce secteur s'est fortement automatisé ces dernières décennies, avec pour conséquence une diminution de la main-d'œuvre.



ILLUSTRATION. Fabrice Berset, agriculteur de Vevin (FE), contrôle le séchage des feuilles de tabac qu'il cultive. Le broyand préside par ailleurs le comité directeur de SwissTabac, coopérative fédérale qui regroupe 133 planteurs de toute la Suisse. La production est livrée à la Sot, qui la distribue ensuite aux cigarettiers.

Mathieu Grobety juge l'impact sur l'emploi faible étant donné que l'industrie du tabac exporte 79% de sa production. Aux yeux de Pascal Diethelm, une interdiction de la publicité du tabac serait même source d'opportunités. En se basant sur une récente étude anglaise rapportée à la Suisse, l'économiste parvient à la conclusion que cette interdiction entraînerait un regain graduel de 7% de la consommation de tabac sur 1,6 million de fumeurs. Ce pouvoir d'achat se répercuterait sur d'autres secteurs, ce qui aurait pour effet la création nette de 3000 postes de travail, selon ses calculs. D'après lui, ces nouveaux emplois feraient plus que compenser les pertes de travail qu'il estime à environ 200 postes dans le tabac.

QUELLE CONTRIBUTION AU PIB?

Comme pour l'emploi, le calcul de la contribution du secteur du tabac au PIB varie fortement d'une source à l'autre. Selon le Seco, il n'existe même pas de données officielles. KPMG estime la valeur ajoutée générée par le tabac à 2,1 milliards de francs en 2016, en prenant en considération les activités de culture, de production et de distribution. D'après Mathieu Grobety, la richesse créée par la fabrication de tabac a atteint 550 millions en 2020, soit moins de 0,1% du PIB. Elle se chiffre à 3,2 millions pour le seul canton de Vaud, toujours selon Mathieu Grobety. D'après l'étude de KPMG, l'impôt et TVA sur le tabac ont par ailleurs rapporté à la Suisse 2,45 milliards de francs en 2016. Plus de 2 milliards ont financé l'AVS et l'AI, soit 6% des recettes totales de ces deux assurances sociales. Patrick Eperon, coordinateur romand de la campagne des opposants à l'initiative, considère ces apports

qui existent, au moins en partie, grâce à l'industrie du tabac. Par exemple, une étude de KPMG estime à 11.500 le nombre d'emplois directs et indirects, soit environ 0,2% de la population active. Dans son enquête publiée en 2017 et non répliquée depuis, la société de conseil comptabilise les salariés des kiosques, qui vendent non seulement des journaux mais aussi des cigarettes. En comparaison, Migros, le plus grand employeur privé du pays, occupe 99.155 personnes. Les évaluations du Secrétariat d'Etat à l'économie (Seco) sont tout autres. En 2016, le Seco recensait ainsi 4.581 personnes qui œuvraient dans la culture, la production et la distribution de tabac. En 2019, l'Office fédéral de la statistique (OFS)

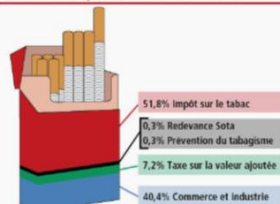
avait fait état d'un nombre assez proche: 4.271 emplois. Si l'on restreint le champ à la seule fabrication de produits à base de tabac, le directeur exécutif de l'Initiative Crea de l'Université de Lausanne, Mathieu Grobety, réduit les effectifs à 2.226 personnes actuellement actives, soit 0,06% des équivalents plein temps dans toute l'économie au niveau national. Pour l'économiste et président d'OxySuisse, une association qui milite pour une Suisse sans tabac, Pascal Diethelm, ce secteur s'est fortement automatisé ces dernières décennies, avec pour conséquence une diminution de la main-d'œuvre. Plus de 3000 individus tra-

vailent pour Philip Morris International (PMI) en Suisse. Son principal concurrent, Japan Tobacco International (JTI), emploie, lui, plus de 1000 personnes sur le territoire helvétique. Selon Pascal Diethelm, 3000 salariés du secteur se consacrent aux opérations internationales, les autres se focalisent uniquement sur le marché helvétique. En outre, seul un quart des cigarettes fabriquées en Suisse sont destinées à la consommation domestique, d'après lui. Les cigarettiers s'approvisionnent à hauteur de 3% en feuilles de tabac, et autres intrants sur le territoire helvétique.

La production locale baisse en raison d'une culture exigeante et nécessitant beaucoup de main-d'œuvre. «De fait, les 133 producteurs de tabac se partagent une subvention annuelle de 15 millions de francs de la Confédération», poursuit Pascal Diethelm. En cas de oui dans les urnes, quel des postes de travail? Damien Cottier indique ne pas pouvoir calculer un impact direct de l'initiative. «Il ne faut cependant pas sous-estimer les conditions générales d'un pays pour des choix d'implantation de groupes internationaux. Si la Suisse devient plus restrictive à différents niveaux, comme par exemple la publi-

cité, la fiscalité, la responsabilité civile des entreprises et les normes de production, on peut craindre qu'à terme, elle ne perde en attractivité», poursuit l'Heu PLR qui préside également l'Union suisse des arts et métiers. Interrogé par L'Agefi, Philip Morris Suisse a fourni une réponse par écrit: «Une main-d'œuvre hautement qualifiée et des conditions économiques stables comptent pour nous parmi les avantages de la Suisse. Si l'initiative était acceptée, ce ne serait vraisemblablement pas sans conséquences pour l'emploi.» Le géant du tabac n'a pas commenté le risque de délocalisation. De son côté,

LE PRIX D'UN PAQUET DE CIGARETTES SOUS LA LOUPE



La Sot pour le rôle d'intermédiaire entre producteurs et fabricants de tabac en Suisse, un assemblage la récolte de tabac et en la reconditionne en cigarettes. Près de 52% du prix est destiné à l'impôt. Office fédéral de la douane

VENTES DE CIGARETTES EN NET REPLI



Office fédéral de la douane

POINT FORT

Les milliards que rapportent et coûtent le secteur du tabac à la Suisse

VOTATION. En vue du scrutin du 13 février, «Agefi» fait le point sur le poids économique de cette industrie et tente d'évaluer son rapport coûts/bénéfices en trois points.

Maude Bonvin

Illustration: courtes, Lausanne



Il Fabrice Berset, agriculteur de Vech (FR), contrôle le séchage des feuilles de tabac qu'il cultive. Le broyand préside par ailleurs de SwissTabac, coopérative fédérale qui regroupe 133 planteurs de toute la Suisse. La production est livrée à la Sot, qui la distribue ensuite

Portrait Mathieu Grobety juge l'impact sur l'emploi faible étant donné que l'industrie du tabac exporte 79% de sa production. Aux yeux de Pascal Diethelm,

Pour l'économiste et président d'OxySuisse, une association qui milite pour une Suisse sans tabac, Pascal Diethelm, ce secteur s'est fortement automatisé ces dernières décennies, avec pour conséquence une diminution de la main-d'œuvre.

vail qui existent, au moins en partie, grâce à l'industrie du tabac. Par exemple, une étude de KPMG estime à 11.500 le nombre d'emplois directs et indirects, soit environ 0,2% de la population active. Dans son enquête publiée en 2017 et non répliquée depuis, la société de conseil comptabilise les salaires des kiosques, qui vendent non seulement des journaux mais aussi des cigarettes. En comparaison, Migros, le plus grand employeur privé du pays, occupe 99.155 personnes. Les évaluations du Secrétariat d'Etat à l'économie (Seco) sont tout autres. En 2016, le Seco recensait ainsi 4.581 personnes qui œuvraient dans la culture, la production et la distribution de tabac. En 2019, l'Office fédéral de la statistique (OFS)

fait état d'un nombre assez précis: 4.271 emplois. Si l'on restreint le champ à la seule fabrication de produits à base de tabac, le directeur exécutif de l'initiative Crea de l'Université de Lausanne, Mathieu Grobety, réduit les effectifs à 2.226 personnes actuellement actives, soit 0,06% des équivalents pleins temps dans toute l'économie au niveau national. Pour l'économiste et président d'OxySuisse, une association qui milite pour une Suisse sans tabac, Pascal Diethelm, ce secteur s'est fortement automatisé ces dernières décennies, avec pour conséquence une diminution de la main-d'œuvre. Plus de 3.000 individus tra-

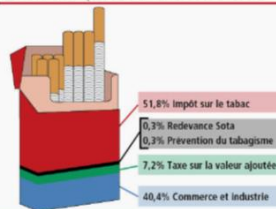
vailent pour Philip Morris International (PMI) en Suisse. Son principal concurrent, Japan Tobacco International (JTI), emploie, lui, plus de 1000 personnes sur le territoire helvétique. Selon Pascal Diethelm, 3.000 salariés du secteur se consacrent aux opérations internationales, les autres se focalisent uniquement sur le marché helvétique. En outre, seul un quart des cigarettes fabriquées en Suisse sont destinées à la consommation domestique, d'après lui. Les cigarettiers s'approvisionnent à hauteur de 3% en feuilles de tabac et autres intrants sur le territoire helvé-

tique. La production locale baisse en raison d'un culture exigeante et nécessitant beaucoup de main-d'œuvre. «De fait, les 133 producteurs de tabac se partagent une subvention annuelle de 15 millions de francs de la Confédération», poursuit Pascal Diethelm. En cas de oui dans les urnes, quel des postes de travail? Damien Cottier indique ne pas pouvoir calculer un impact direct de l'initiative. «Il ne faut cependant pas sous-estimer les conditions générales d'un pays pour des choix d'implantation de groupes internationaux. Si la Suisse devient plus restrictive à différents niveaux, comme par exemple la publi-

cité, la fiscalité civile et les normes, il peut craindre ne perdre en a sur l'Helv PLJ. L'ennemi? Un des arts et métiers Interrogé par Morris Sauti répond par à Suisse. Si l'Helv PLJ est adopté, ce ne blement pas pour l'emploi tabac n'a pas co de délocalisat

Aux yeux de Pascal Diethelm, une interdiction de la publicité du tabac serait même source d'opportunités. En se basant sur une récente étude anglaise rapportée à la Suisse, l'économiste parvient à la conclusion que cette interdiction entraînerait un repli graduel de 7% de la consommation de tabac sur 1,6 million de fumeurs. Ce pouvoir d'achat se répercuterait sur d'autres secteurs, ce qui aurait pour effet la création nette de 3000 postes de travail, selon ses calculs. D'après lui, ces nouveaux emplois feront plus que compenser les pertes de travail qu'il estime à environ 200 postes dans le tabac.

LE PRIX D'UN PAQUET DE CIGARETTES SOUS LA LOUPE



La Sot joue le rôle d'intermédiaire entre producteurs et fabricants de tabac en Suisse, en rassemblant la récolte de tabac et en la reconditionnant en cigarettes. Prix de 52% du prix est destiné à l'impôt
Office fédéral de la douane

VENTES DE CIGARETTES EN NET REPLI



Office fédéral de la douane

RÉSULTATS DU VOTE SUR L'INITIATIVE

OUI 14 cantons et 2 demi-cantons

50%

NON 6 cantons et 4 demi-cantons

✓ 56.61%

43.39%

Initiative acceptée par le peuple et les cantons

Oui

Non



> 60%



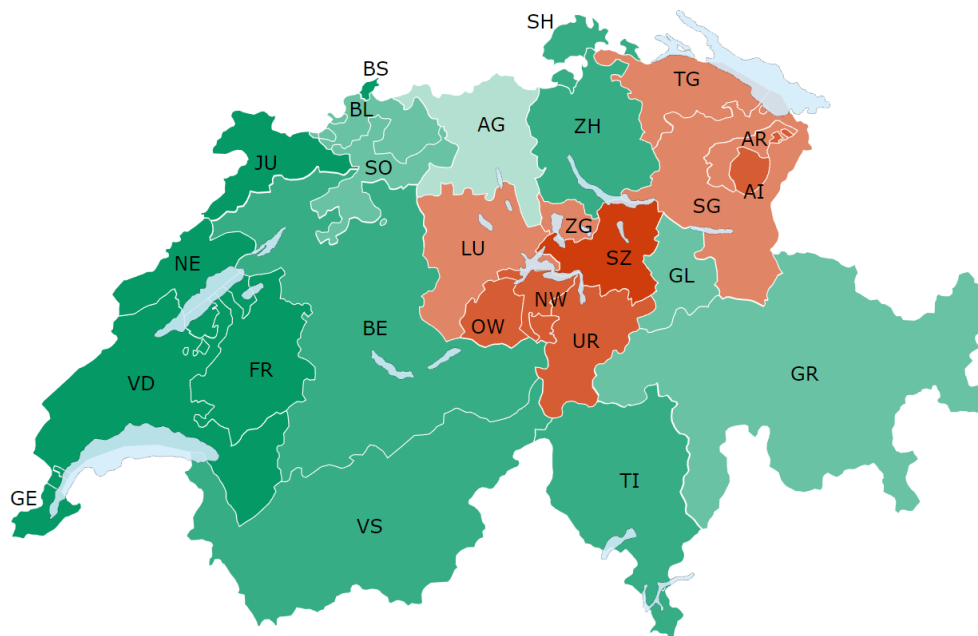
55%-60%



50.5%-55%



50%-50.5%



**NOMINATION DE HANS STÖCKLI
POUR LE PRIX « WNTD AWARD 2022 »
DE L'OMS**



NOMINATION FORM FOR WHO WORLD NO TOBACCO DAY AWARD 2022
Theme: Tobacco – Threat to our environment

This nomination form should be typed in Arabic, Chinese, English, French, Russian, or Spanish. No handwritten form will be accepted.

COMPLETE NAME OF THE NOMINEE	Hans Stöckli
TITLE OF THE NOMINEE, IF A PERSON	Member and former president of the Council of States (upper house of the Swiss Federal Assembly)
GENDER OF THE NOMINEE, IF A PERSON	M
ADDRESS OF THE NOMINEE, INCLUDING EMAIL OR PHONE	STREET AND NUMBER: ALEXANDER-MOSER STRASSE 32B POSTAL CODE: 2503 BIENNE COUNTRY: SWITZERLAND EMAIL: HANS.STOECKLI@PARL.CH PHONE: +41 32 365 29 29 (HOME) +41 79 778 06 37 (MOBILE)
COMPLETE NAME OF THE NOMINATOR	Pascal Diethelm
TITLE OF THE NOMINATOR, IF A PERSON	President, OxySuisse
ADDRESS OF THE NOMINATOR, INCLUDING EMAIL OR PHONE	INSTITUTION: OXYSUISSE STREET AND NUMBER: 2, RUE DE LA FONTAINE POSTAL CODE: 1204 GENEVA COUNTRY: SWITZERLAND EMAIL: DIETHELM@OXYSUISSE.CH PHONE: +41 78 916 96 75
DETAILED DESCRIPTION OF THE REASONS FOR THE NOMINATION, INCLUDING THE DATES OF THE ACTIONS (UP TO 200 WORDS - MAXIMUM)	
<p>IN 2015, THE SWISS GOVERNEMENT (FEDERAL COUNCIL) ELABORATED A DRAFT TOBACCO PRODUCTS LAW AND SENT IT TO PARLIAMENT. IN 2016, THE LAWMAKERS SENT THE DRAFT LAW BACK TO THE FEDERAL COUNCIL WITH A REQUEST TO REMOVE THE PROPOSED RESTRICTIONS ON TOBACCO ADVERTISING. THE NEW DRAFT (WHICH WAS FINALLY ADOPTED BY PARLIAMENT) IS VERY WEAK: IT IS NOT COMPLIANT WITH ARTICLE 13 OF THE FCTC AND WILL NOT ALLOW SWITZERLAND TO RATIFY THE WHO TREATY, WHILE THE COUNTRY HAD INDICATED ITS INTENTION TO DO SO BY SIGNING IT IN 2004.</p> <p>GIVEN THE SITUATION AND USING THE MECHANISMS OF DIRECT DEMOCRACY INCLUDED IN THE SWISS CONSTITUTION, IN MARCH 2018 A BROAD COALITION OF MEDICAL AND HEALTH ORGANIZATIONS, CHAIRED BY STATE COUNCILOR HANS STÖCKLI, LAUNCHED THE "TOBACCO FREE KIDS" FEDERAL POPULAR INITIATIVE. THE AIM OF THE INITIATIVE WAS TO AMEND THE SWISS CONSTITUTION BY ADDING TEXT THAT CREATED AN OBLIGATION FOR THE SWISS CONFEDERATION TO ADOPT LEGISLATION THAT WOULD BAN ALL FORMS OF TOBACCO ADVERTISING REACHING CHILDREN AND YOUNG PEOPLE.</p> <p>STATE COUNCILOR HANS STÖCKLI WAS SELECTED TO CHAIR THE "TOBACCO FREE KIDS" COALITION, AS HE WAS</p>	



ITS LEADING ACTOR AND THE POLITICIAN MOST COMMITTED TO THE CAUSE.

THE INITIATIVE WAS APPROVED BY THE SWISS PEOPLE ON FEBRUARY 13, 2022, BY A DOUBLE MAJORITY OF VOTERS AND CANTONS. THIS WAS A MAJOR VICTORY FOR PUBLIC HEALTH. (IT SHOULD BE NOTED THAT ON AVERAGE, SINCE THIS MECHANISM OF DIRECT DEMOCRACY HAS BEEN IN EXISTENCE IN SWITZERLAND, I.E. SINCE 1891, ONLY ONE OUT OF EVERY TEN FEDERAL POPULAR INITIATIVES HAS BEEN APPROVED BY THE SWISS PEOPLE.) THIS RESULT MARKS A CONSIDERABLE ADVANCE IN TOBACCO CONTROL IN OUR COUNTRY AND PAVES THE WAY FOR THE RATIFICATION OF THE WHO/FCTC BY SWITZERLAND. AN BREAKTHROUGH WITH WHICH THE NAME OF HANS STÖCKLI IS INTIMATELY ASSOCIATED.

THIS VICTORY IS CLEARLY A COLLECTIVE RESULT, AND MANY INDIVIDUALS AND HEALTH ORGANIZATIONS HAVE MADE ESSENTIAL CONTRIBUTIONS TO IT. HOWEVER, THE COHESION OF THESE EFFORTS AND THE DEDICATION AND ENTHUSIASM OF THE TEAMS OWE MUCH TO THE CONSENSUAL AND UNIFYING PERSONALITY OF HANS STÖCKLI, WHO CAN BE CONSIDERED THE PERSON WHO BEST REPRESENTS THIS MOVEMENT FOR PUBLIC HEALTH AND FOR A SWITZERLAND THAT, WITH THIS VOTE, IS BEGINNING TO FREE ITSELF FROM THE GRIP OF THE TOBACCO MULTINATIONALS.

IT IS MY DEEP CONVICTION THAT HANS STÖCKLI DESERVES THE AWARD FOR HIS PERSONAL CONTRIBUTION AND HIS UNFAILING ENGAGEMENT FOR TOBACCO CONTROL IN SWITZERLAND. HE IS AN EXEMPLARY FIGURE AND IS RECOGNIZED AS SUCH IN SWITZERLAND. HIS EXAMPLE NEEDS ALSO TO BE MADE PUBLICLY KNOWN AT THE INTERNATIONAL LEVEL, WHICH THE WND AWARD WOULD HELP TO ACHIEVE.

FURTHERMORE, GIVING THE WNTD AWARD TO HANS STÖCKLI WOULD BE, THROUGH HIM, A RECOGNITION BY WHO OF THE HUMAN AND FINANCIAL EFFORTS MADE BY THE COMMUNITY OF PEOPLE AND NGOs WHO, WHILE CONFRONTED WITH POWERFUL OPPONENTS FUNDED BY THE TOBACCO MULTINATIONALS, COLLECTED THE REQUIRED NUMBER OF SIGNATURES FOR PUTTING INITIATIVE TO THE POPULAR VOTE, AND SUCCESSFULLY HAD THE INITIATIVE ACCEPTED BY THE SWISS CITIZENS AND THE MAJORITY OF CANTONS, FOLLOWING A VERY EFFECTIVE CAMPAIGN.

FINALLY, GIVING THE WNTD AWARD TO HANS STÖCKLI WOULD BE A STRONG SIGNAL SENT TO ALL DECISION-MAKERS IN SWITZERLAND, WHETHER IN POLITICS OR ECONOMICS, THAT THE PROTECTION OF PUBLIC HEALTH IS A FUNDAMENTAL HUMAN RIGHT THAT TAKES PRECEDENCE OVER THE NARROW COMMERCIAL INTERESTS OF THE TOBACCO INDUSTRY.

ATTACHED TO THIS NOMINATION FORM, YOU WILL FIND TWO LETTERS OF SUPPORT, ONE FROM THE SWISS LUNG LEAGUE (CO-SIGNED BY THE CANTONAL LUNG LEAGUE OF VAUD) AND ONE CO-SIGNED BY UNISANTÉ, THE UNIVERSITY CENTRE FOR GENERAL PRACTICE AND PUBLIC HEALTH OF THE CANTON OF VAUD, AND THE FACULTY OF MEDICINE AND BIOLOGY OF THE UNIVERSITY OF LAUSANNE. I ALSO JOIN THE ENGLISH TRANSLATION OF A RECENT INTERVIEW OF HANS STÖCKLI.

Mars 2022: En coordination avec Luc Lebon (Unisanté) et Virginie Bréhier (LPVD), Oxysuisse a nommé le conseiller aux États Hans Stöckli pour le prix *WNTD Award 2022* de l'OMS. Hans Stöckli est le «père» de l'initiative «Enfants sans tabac».

Du souffle pour la vie

**LUNGENLIGA
LIGUE PULMONAIRE
LEGA POLMONARE**



Madame
Angela Ciobanu
Technical Officer, Tobacco Control
Organisation mondiale de la Santé
Marmorvej 51
DK-2100 Copenhagen

Lausanne, le 8 mars 2022

Lettre de soutien à la nomination de M. Hans Stöckli pour le World No Tobacco Day Award 2022 – Région Europe

Madame,

Comme vous le savez, la Suisse est classée avant-dernière dans l'indice mondial de l'interférence de l'industrie du tabac, établi par le Centre mondial pour une bonne gouvernance dans la lutte anti-tabac. Elle occupe la même place dans l'European Tobacco control Scale. Le lobbying intense des cigarettiers établis sur son sol explique sans doute cette mauvaise position. Depuis qu'elle a signé la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte anti-tabac (CCLAT) en 2004, la Suisse n'a toujours pas ratifié ce texte, notamment en raison d'une législation insuffisante sur la publicité des produits du tabac.

Ceci va enfin changer grâce à la force de conviction d'un homme qui s'est fortement engagé pour que cette législation change : le conseiller aux États Hans Stöckli. Membre de la Commission parlementaire de la sécurité sociale et de la santé publique, il est aussi Président de la Conférence nationale suisse des ligues de la santé et Président de l'Alliance pour la santé. C'est en hommage à tout son investissement personnel en faveur de la santé que nous proposons et soutenons sa nomination au World No Tobacco Day award, pour la région Europe.

Fondateur et Président de l'Association pour l'initiative populaire «Oui à la protection des enfants et des jeunes contre la publicité pour le tabac», Monsieur Hans Stöckli a su rassembler et mobiliser une large alliance d'organisations médico-sociales, dont les médecins de familles et la Ligue pulmonaire, pour mettre en votation populaire un texte complétant les graves lacunes de la loi fédérale sur les produits du tabac, loi votée en octobre 2021 par un Parlement sous influence de l'industrie du tabac.

Ligue pulmonaire vaudoise
Avenue de Provence 4
1007 Lausanne

Tel. 021 623 38 00
Fax 021 623 38 10
TVA : CHE-111.735.218

info@lpvd.ch
www.lpvd.ch
CCP 10-2047-5



unisanté
Centre universitaire de médecine générale
et santé publique - Lausanne



Direction
Route de Berne 113
CH-1010 Lausanne

Professeur Jacques Cornuz
Directeur général

Tél: +41 21 314 47 32 Secr.
Fax: +41 21 314 60 99

Jacques.Cornuz@unisante.ch
www.unisante.ch

Réf.: JCO/lmo

WHO Regional Office for Europe
Dr Angela Ciobanu
Technical Officer, Tobacco Control
ciobanu@who.int
Ms Elizaveta Lebedeva
lebedeva@who.int

Lausanne, 8 March 2022

World No Tobacco Day Award 2022

Dear Madam or Sir,

Your office is awarding the WHO World No Tobacco Day Award for the European region and we thank you very much for your support of tobacco control policies. With this letter, we would like to strongly support the nomination of Mr Hans Stöckli, President of the Committee of the Swiss Initiative 'Children without Tobacco', for a World No Tobacco Day Award 2022. Hans Stöckli is a member of the Swiss Parliament and is actively contributing to public health. In parallel to this mandate, since 2018, he has been chairing the committee of the popular initiative 'Yes to the protection of children and young people from tobacco advertising'. In this role, he efficiently coordinated a broad alliance of health organisations supporting this initiative. Switzerland is particularly lagging behind in terms of tobacco prevention: 35th/36 according to the Tobacco Control Scale 2019 and 79th/80 in the Global Tobacco Industry Interference Index 2021. In particular, tobacco advertising is notoriously unregulated and the initiative was instrumental to finally ban all tobacco advertising that reaches children and young people. On 13 February 2022, despite opposition from the parliament and the business community, the initiative was accepted by a majority of the Swiss people and thus entered the federal constitution. This is a very encouraging signal for the strengthening of evidence-based policy measures (MPOWER) to prevent smoking and for the ratification of the FCTC by Switzerland. The outstanding commitment of Mr Hans Stöckli to the campaign is not only an example of leadership for the movement in the country, but also a successful strategic campaign in a challenging political context and a historical step forward in tobacco prevention and health promotion in our country. We therefore fully support his nomination for a World No Tobacco Day award. Available for any questions, we thank you again for your work in favour of public health and we send you our best regards,


Prof. Jacques Cornuz
Full professor and Director,
Unisanté


Prof. Manuel Pascual
Dean FBM

Bruxelles,
24 mai 2022



24 mai 2022 14:32



***World No Tobacco Day: L'OMS
rend hommage au conseiller
aux États Hans Stöckli***

**DEMANDE D'INFORMATION AUPRÈS DE
L'OFFICE FÉDÉRAL DE LA DOUANE ET DE LA
SÉCURITÉ AUX FRONTIÈRES (OFDF)**

DÉMARCHE AUPRÈS DE L'OFDF

Statistiques suisses sur le tabac dérivées de l'impôt sur le tabac

(Préparées par OxySuisse à l'aide des données transmises par l'Administration fédérale des douanes - montrées en saumon)

Impôt (Mo. CHF)	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Cigarettes	2,345.760	2,237.380	2,187.034	2,127.692	2,054.210	2,041.720	1,976.630	1,936.490	2,009.120	2,003.370
Cigares/cigarillos	2.995	3.135	3.207	3.242	3.345	3.650	3.559	3.788	3.970	4.261
Tabac à coupe fine	43.069	47.422	57.436	59.145	61.356	65.835	69.481	72.737	83.710	93.051
Tabac pour pipe à eau	1.715	2.940	5.264		3.200	4.230	4.080	5.050	8.240	0.000
Tabac pour pipe	2.311	2.820	2.700		2.240	1.860	1.740	1.760	1.850	0.000
Tabac à mâcher	0.490	0.760	0.866		2.310	2.500	3.240	4.210	6.920	0.000
Tabac à priser	0.461	0.500	0.544		0.570	0.500	0.520	0.620	0.760	0.000
Cannabis CBD	0.000	0.000	0.000	0.000	0.440	12.850	14.160	12.600	-30.700	0.000
HNB/HTP					2.690	5.660	7.590	11.320	20.920	0.000
Autres tabacs, CBD inclus	4.977	7.020	9.374	8.134	11.451	27.608	31.337	28.962	7.990	0.000
Autres tabacs, CBD et HNB/HTP exclus	4.977	7.020	9.374	8.134	8.321	9.098	9.587	5.042	17.770	0.000
Total impôt sur le tabac	2,401.778	2,301.977	2,266.425	2,198.213	2,141.812	2,166.413	2,112.337	2,077.537	2,112.780	2,100.682

Quantités	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Cigarettes (millions)	11,427.0	10,805.0	10,247.0	9,913.0	9,692.6	9,576.6	9,244.7	8,997.2	9,344.3	9,126.3
Cigares (millions)	71.6	61.6	61.6	57.2						
Cigarillos (millions)	133.4	135.0	142.5	142.7						
Cigares/cigarillos (millions)	205.0	196.6	204.1	199.9	213.3	216.8	214.9	212.6	209.8	209.8
Tabac pour pipe (tonnes)	127.629	129.359	124.676	114.099	107.065	97.614	94.506	91.556	88.999	88.289
Tabac à coupe fine (tonnes)	578.604	566.699	679.915	686.142	719.340	764.325	802.885	827.137	956.683	1,015.441
Tabac pour pipe à eau (tonnes)	193.818	358.953	857.670	377.524	35.110	47.740	51.775	63.411	92.067	92.998
Tabac à mâcher (tonnes)	26.897	35.366	41.063	78.940	77.396	104.637	129.018	143.407	202.196	254.773
Tabac à priser (tonnes)	13.635	12.412	13.410	13.900	15.488	14.898	15.798	18.351	22.153	27.276
Autres tabacs, sans HNB/HTP (tonnes)					847.334	931.600	999.476	1,052.306	1,273.099	1,390.488
HNB/HTP (millions)						120.307	169.3	244.5	413.2	0.0
Cigarettes + HNB/HTP (millions)	11,427.0	10,805.0	10,247.0	9,913.0	9,692.6	9,696.9	9,413.9	9,241.8	9,757.5	9,126.3
HnB (%)							1.8%	2.6%	4.2%	0.0%

DÉMARCHE AUPRÈS DE L'OFDF

Statistiques suisses sur le tabac dérivées de l'impôt sur le tabac

(Préparées par OxySuisse à l'aide des données transmises par l'Administration fédérale des douanes - montrées en saumon)

Impôt (Mo. CHF)	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Cigarettes	2,345.760	2,237.380	2,187.034	2,127.692	2,054.210	2,041.720	1,976.630	1,936.490	2,009.120	2,003.370
Cigares/cigarillos	2.995	3.135	3.207	3.242	3.345	3.650	3.559	3.788	3.970	4.261
Tabac à coupe fine	43.069	47.422	57.436	59.145	61.356	65.835	69.481	72.737	83.710	93.051
Tabac pour pipe à eau	1.715	2.940	5.764		3.200	4.230	4.080	5.050	8.240	0.000
Tabac pour pipe	2.311	2.820	2.000		2.240	1.860	1.740	1.760	1.800	0.000
Tabac à mâcher	0.490	0.760	0.856		2.310	2.500	3.240	4.210	6.900	0.000
Tabac à priser	0.461	0.500	0.514		0.570	0.500	0.520	0.620	0.760	0.000
Cannabis CBD	0.000	0.000	0.000	0.000	0.440	12.850	14.160	12.600	-30.700	0.000
HNB/HTP					2.690	5.660	7.590	11.320	20.900	0.000
Autres tabacs, CBD inclus	4.977	7.020	9.374	8.134	11.451	27.608	31.337	28.962	7.990	0.000
Autres tabacs, CBD et HNB/HTP exclus	4.977	7.020	9.374	8.134	8.321	9.098	9.587	5.042	17.770	0.000
Total impôt sur le tabac	2,401.778	2,301.977	2,266.425	2,198.213	2,141.812	2,166.413	2,112.337	2,077.537	2,112.780	2,100.682

Quantités	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Cigarettes (millions)	11,427.0	10,805.0	10,247.0	9,913.0	9,692.6	9,576.6	9,244.7	8,997.2	9,344.3	9,126.3
Cigares (millions)	71.6	61.6	61.6	57.2						
Cigarillos (millions)	133.4	135.0	142.5	142.7						
Cigares/cigarillos (millions)	205.0	196.6	204.1	199.9	213.3	216.8	214.9	212.6	209.8	209.8
Tabac pour pipe (tonnes)	127.629	129.359	124.676	114.099	107.065	97.614	94.506	91.556	88.999	88.289
Tabac à coupe fine (tonnes)	578.604	566.699	679.915	686.142	719.340	764.325	802.885	827.137	956.683	1,015.441
Tabac pour pipe à eau (tonnes)	193.818	358.953	857.670	377.524	35.110	47.740	51.775	63.411	92.067	92.998
Tabac à mâcher (tonnes)	26.897	35.366	41.063	78.940	77.396	104.637	129.018	143.407	202.196	254.773
Tabac à priser (tonnes)	13.635	12.412	13.410	13.900	15.488	14.898	15.798	18.351	22.153	27.276
Autres tabacs, sans HNB/HTP (tonnes)					847.334	931.600	999.476	1,052.306	1,273.099	1,390.488
HNB/HTP (millions)						120.307	169.3	244.5	418.2	0.0
Cigarettes + HNB/HTP (millions)	11,427.0	10,805.0	10,247.0	9,913.0	9,692.6	9,696.9	9,413.9	9,241.8	9,757.5	9,126.3
HnB (%)							1.8%	2.6%	4.2%	0.0%

DÉMARCHE AUPRÈS DE L'OFDF

Statistiques suisses sur le tabac dérivées de l'impôt sur le tabac

(Préparées par OxySuisse à l'aide des données transmises par l'Administration fédérale des douanes - montrées en saumon)

Impôt (Mo. CHF)	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Cigarettes	2,345.760	2,237.380	2,187.034	2,127.692	2,054.210	2,041.720	1,976.630	1,936.490	2,009.120	2,003.370
Cigares/cigarillos	2.995	3.135	3.207	3.242	3.345	3.650	3.559	3.788	3.970	4.261
Tabac à coupe fine	43.069	47.422	57.436	59.145	61.356	65.835	69.481	72.737	83.710	93.051
Tabac pour pipe à eau	1.715	2.940	5.764		3.200	4.230	4.080	5.050	8.240	0.000
Tabac pour pipe	2.311	2.820	2.100		2.240	1.860	1.740	1.760	1.810	0.000
Tabac à mâcher								4.210	6.910	0.000
Tabac à priser								0.620	0.760	0.000
Cannabis CBD								12.600	-30.700	0.000
HNB/HTP								11.320	20.910	0.000
Autres tabacs, CBD inc								28.962	7.990	0.000
Autres tabacs, CBD et								5.042	17.770	0.000
Total impôt sur le tabac								2,077.537	2,112.780	2,100.682

Quantités	2019	2020	2021
Cigarettes (millions)	8,997.2	9,344.3	9,126.3
Cigares (millions)			
Cigarillos (millions)			
Cigares/cigarillos (millions)			
Tabac pour pipe (tonnes)			
Tabac à coupe fine (tonnes)	827.137	956.683	1,015.441
Tabac pour pipe à eau (tonnes)	63.411	92.067	92.998
Tabac à mâcher (tonnes)	143.407	202.196	254.773
Tabac à priser (tonnes)	18.351	22.153	27.276
Autres tabacs, sans HNB/HTP (tonnes)	999.476	1,052.306	1,273.099
HNB/HTP (millions)	169.3	244.5	418.2
Cigarettes + HNB/HTP (millions)	9,166.5	9,588.8	9,544.5
HnB (%)	1.8%	2.6%	4.2%

IQOS

...ça continue

RE: Demande d'accès à à différents chiffres concernant le tabac pour l'année 2021 -...

 diethelm@oxysuisse.ch
To 'rachel.mueller@bazg.admin.ch'
Cc 'luciano.ruggia@at-schweiz.ch'; 'daniel.decharrieredesevery@bazg.admin.ch'

11:27 AM

 oxysuisse-donnees-tabac-source-afd-with-data-cells-filled-by-ofdf.xlsx
62 KB

Madame,
Pourriez-vous me dire où vous en êtes dans vos démarche pour obtenir l'accès à l'information manquante pour 2015, 2016 et 2021 (cellules en jaune dans le tableau Excel ci-joint) ? Nous persistons dans notre demande d'accès.
Avec mes cordiales salutations,
Pascal Diethelm

**OxySuisse**

Pascal Diethelm
Président
Portable: +41 78 916 96 75
Email: diethelm@oxysuisse.ch
2, rue de la Fontaine
CH-1204 Genève
www.oxysuisse.ch


**OXYSUISSE CHOISIE COMME « DÉVELOPPEUR »
DU PROJET « TRANSPARENCY AND TRUTH » (TNT) PAR
LE FONDS FÉDÉRAL DE PRÉVENTION DU TABAGISME**

Le 6 juillet
2021, nous
avons reçu
ce message:

Massnahme Transparency and Truth_Einladung Offertstellung



Myrtha Dick CSP AG <myrtha.dick@csp-ag.ch>

To pascal@diethelm.me; luciano.ruggia@at-schweiz.ch

Cc cedric.gumy@tpf.admin.ch

 You replied to this message on 08-Jul-21 3:15 PM.



Lieber Herr Diethelm, Lieber Herr Ruggia

Seit 2019 arbeite ich beim Programmaufbau des Kinder- und Jugendprogramms (KJP) in unterschiedlichen Dossiers mit.

Aktuell unterstütze ich den Programmleiter a.I., Cédric Gumy, hinsichtlich der Massnahme «Transparency and Truth» (TnT).

Cédric Gumy hat Sie im Mai 2021 darüber informiert, dass wir basierend auf den gewonnenen Erkenntnisse der letzten Monate das Pflichtenheft TnT überarbeitet haben.

Die Komplexität und die Bedeutung der Massnahme "TnT" für das KJP erfordert aus unserer Sicht eine Trennung der Tätigkeiten in zwei Rollen – aus diesem Grund möchten wir zwei Mandate, einmal an OxySuisse und einmal an die Arbeitsgemeinschaft Tabakprävention vergeben.

Sie finden alle Informationen zur Massnahme, den Tätigkeiten sowie den Rollen im Pflichtenheft in französischer Sprache dokumentiert. Als weitere Informationsquelle dient das ebenfalls angehängte Programmhandbuch.

Gerne laden wir Sie mit diesem Schreiben ein, eine schriftliche Offerte, bis **spätestens am Freitag, 27. August 2021** bei uns einzureichen. Selbstverständlich nehmen wir Ihre schriftliche Offerte auch gerne früher entgegen. Bei allfälligen Fragen, bieten wir Ihnen gerne die Möglichkeit zu einem virtuellen Austausch an. Wir haben uns dazu an folgenden Daten Zeitfenster reserviert:

- Dienstag, 20.07.21 08:30-17:00
- Freitag, 23.07.21 08:30-12:00

Bitte geben Sie uns möglichst rasch Bescheid, ob Sie einen solchen Austausch wünschen, damit wir einen Termin vereinbaren können.

Wir freuen uns sehr, diese spannende und zentrale Massnahme für das KJP mit Ihnen zusammen anzugehen und umzusetzen.

Freundliche Grüsse

Myrtha Dick

«Cédric Gummy hat Sie im Mai 2021 darüber informiert, dass wir basierend auf den gewonnenen Erkenntnisse der letzten Monate das Pflichtenheft TnT überarbeitet haben. Die Komplexität und die Bedeutung der Massnahme "TnT" für das KJP erfordert aus unserer Sicht eine Trennung der Tätigkeiten in zwei Rollen – aus diesem Grund möchten wir zwei Mandate, einmal an OxySuisse und einmal an die Arbeitsgemeinschaft Tabakprävention vergeben.»



06-Jul-21

(KJP) in unterschiedlichen Dossiers

den Programmierer a.L., Cedric Gummy, hinsichtlich der Massnahme «Transparency and Truth» (TnT)

Cédric Gummy hat Sie im Mai 2021 darüber informiert, dass wir basierend auf den gewonnenen Erkenntnissen der letzten Monate das Pflichtenheft TnT überarbeitet haben. Die Komplexität und die Bedeutung der Massnahme "TnT" für das KJP erfordert aus unserer Sicht eine Trennung der Tätigkeiten in zwei Rollen – aus diesem Grund möchten wir zwei Mandate, einmal an OxySuisse und einmal an die Arbeitsgemeinschaft Tabakprävention vergeben. Sie finden alle Informationen zur Massnahme, den Tätigkeiten sowie den Rollen im Pflichtenheft in französischer Sprache dokumentiert. Als weitere Informationsquelle dient das ebenfalls angehängte Programmhandbuch.

Gerne laden wir Sie mit diesem Schreiben ein, eine schriftliche Offerte, bis **spätestens am Freitag, 27. August 2021** bei uns einzureichen. Selbstverständlich nehmen wir Ihre schriftliche Offerte auch gerne früher entgegen. Bei allfälligen Fragen, bieten wir Ihnen gerne die Möglichkeit zu einem virtuellen Austausch an. Wir haben uns dazu an folgenden Daten Zeitfenster reserviert:

- Dienstag, 20.07.21 08:30-17:00
- Freitag, 23.07.21 08:30-12:00

Bitte geben Sie uns möglichst rasch Bescheid, ob Sie einen solchen Austausch wünschen, damit wir einen Termin vereinbaren können.

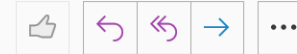
Wir freuen uns sehr, diese spannende und zentrale Massnahme für das KJP mit Ihnen zusammen anzugehen und umzusetzen.

Freundliche Grüsse

Myrtha Dick

« Cédric Gumy vous a informé en mai 2021 que nous avons révisé le cahier des charges TnT sur la base des connaissances acquises au cours des derniers mois.

La complexité et l'importance de la mesure "TnT" pour le PEJ nécessitent à notre avis une séparation des activités en deux rôles - c'est pourquoi nous souhaitons attribuer deux mandats, l'un à OxySuisse et l'autre à l'Association suisse pour la prévention du tabagisme. »



06-Jul-21

(KJP) in unterschiedlichen Dossiers

den Programmierer a.L., Cedric Gumy, hinsichtlich der Massnahme «Transparency and Truth» (TnT)

Cédric Gumy hat Sie im Mai 2021 darüber informiert, dass wir basierend auf den gewonnenen Erkenntnisse der letzten Monate das Pflichtenheft TnT überarbeitet haben.

Die Komplexität und die Bedeutung der Massnahme "TnT" für das KJP erfordert aus unserer Sicht eine Trennung der Tätigkeiten in zwei Rollen – aus diesem Grund möchten wir zwei Mandate, einmal an OxySuisse und einmal an die Arbeitsgemeinschaft Tabakprävention vergeben.

Sie finden alle Informationen zur Massnahme, den Tätigkeiten sowie den Rollen im Pflichtenheft in französischer Sprache dokumentiert. Als weitere Informationsquelle dient das ebenfalls angehängte Programmhandbuch.

Gerne laden wir Sie mit diesem Schreiben ein, eine schriftliche Offerte, bis **spätestens am Freitag, 27. August 2021** bei uns einzureichen. Selbstverständlich nehmen wir Ihre schriftliche Offerte auch gerne früher entgegen.

Bei allfälligen Fragen, bieten wir Ihnen gerne die Möglichkeit zu einem virtuellen Austausch an. Wir haben uns dazu an folgenden Daten Zeitfenster reserviert:

- Dienstag, 20.07.21 08:30-17:00
- Freitag, 23.07.21 08:30-12:00

Bitte geben Sie uns möglichst rasch Bescheid, ob Sie einen solchen Austausch wünschen, damit wir einen Termin vereinbaren können.

Wir freuen uns sehr, diese spannende und zentrale Massnahme für das KJP mit Ihnen zusammen anzugehen und umzusetzen.

Freundliche Grüsse

Myrtha Dick



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Departement des Innern EDI
Tabakpräventionsfonds

1.3 Objectif de la mesure "TnT"

- La population doit être informée des faits ou pratiques pertinents concernant le tabac et la nicotine ou l'industrie du tabac et de leurs conséquences au niveau social et politique, et encouragée à agir dans le sens d'un des piliers de la mission du programme "mobiliser la société civile".

Contact: kjp@tpf.admin.ch

Version 2.0 du 06.07.2021
Tabakpräventionsfonds TPF
AktENZEICHEN 323.332-27/50
www.tabak-praevention.ch



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Departement des Innern EDI
Tabakpräventionsfonds

4 Description de la mesure

La mesure "TnT" consiste essentiellement à ce qu'un groupe d'experts traite et résume les connaissances sur des sujets spécifiques qui sont pertinents pour le travail et la communication du KJP. L'accent est mis sur des faits pertinents mais peu connus dans le domaine de la prévention du tabagisme et de la nicotine et sur leur lien avec d'autres sujets. Il s'agit de décrire les faits et rétablir la vérité sur différentes thématiques où l'industrie du tabac (principalement) n'agit pas de manière transparente et conforme à la vérité.

Contact: kjp@tpf.admin.ch

Version 2.0 du 06.07.2021
Tabakpräventionsfonds TPF
AktENZEICHEN 323.332-27/50
www.tabak-praevention.ch

« ...décrire les faits et rétablir la vérité sur différentes thématiques où l'industrie du tabac (principalement) n'agit pas de manière transparente et conforme à la vérité »

4 Description de la mesure

La mesure "TnT" consiste essentiellement à ce qu'un groupe d'experts traite les connaissances sur des sujets spécifiques qui sont pertinents pour le travail et la communication du KJP. L'accent est mis sur des faits pertinents mais peu connus dans le domaine de la prévention du tabagisme et de la nicotine et sur leur lien avec d'autres sujets. Il s'agit de décrire les faits et rétablir la vérité sur différentes thématiques où l'industrie du tabac (principalement) n'agit pas de manière transparente et conforme à la vérité.

Contact: kjp@tpf.admin.ch

Version 2.0 du 06.07.2021
Tabakpräventionsfonds TPF
AktENZEICHEN 323.332-27/50
www.tabak-praevention.ch



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Departement des Innern EDI
Tabakpräventionsfonds

5.1 Objectif final

"TnT" rend les faits et les pratiques concernant l'industrie du tabac et de la nicotine accessibles à un large public et mobilise ainsi la société civile. Des informations transparentes et véridiques sur le comportement de l'industrie du tabac et de la nicotine ouvrent les yeux de la société civile et en font des partenaires actifs du programme.

Contact: kjp@tpf.admin.ch

Version 2.0 du 06.07.2021
Tabakpräventionsfonds TPF
AktENZEICHEN 323.332-27/50
www.tabak-praevention.ch

« ...des informations transparentes et véridiques sur le comportement de l'industrie du tabac et de la nicotine ouvrent les yeux de la société civile »

5.1 Objectif final

"TnT" rend les faits et les pratiques concernant l'industrie du tabac et de la nicotine accessibles à un large public et mobilise ainsi la société civile. Des informations transparentes et véridiques sur le comportement de l'industrie du tabac et de la nicotine ouvrent les yeux de la société civile et en font des partenaires actifs du programme.

Contact: kjp@tpf.admin.ch

Version 2.0 du 06.07.2021
Tabakpräventionsfonds TPF
AktENZEICHEN 323.332-27/50
www.tabak-praevention.ch

Massnahme Transparency and Truth_Einladung Offertstellung



Myrtha Dick CSP AG <myrtha.dick@csp-ag.ch>

To pascal@diethelm.me; luciano.ruggia@at-schweiz.ch

Cc cedric.gumy@tpf.admin.ch



06-Jul-21

You replied to this message on 08-Jul-21 3:15 PM.



Lieber Herr Diethelm, Lieber Herr Ruggia

« Nous vous invitons à nous faire parvenir une offre écrite d'ici le vendredi 27 août 2021 au plus tard. »

Seit 2019 arbeite ich beim Programmaufbau des Kinder- und Jugendprogramms (KJP) in unterschiedlichen Dossiers

der Massnahme «Transparency and Truth» auf den gewonnenen Erkenntnisse der Arbeit. Dies erfordert aus unserer Sicht eine Trennung der Verantwortlichkeiten in zwei Rollen – das eine in zwei Mandate, einmal an OxySuisse und einmal an die Arbeitsgemeinschaft Tabakprävention vergeben. Sie finden alle Informationen zur Massnahme, den Rollen und die Rollen im Pflichtenheft in französischer Sprache dokumentiert. Als weitere Informationsquelle dient das falls angehängte Programmhandbuch.

Gerne laden wir Sie mit diesem Schreiben ein, eine schriftliche Offerte, bis **spätestens am Freitag, 27. August 2021** bei uns einzureichen. Selbstverständlich nehmen wir Ihre schriftliche Offerte auch gerne früher entgegen. Bei allfälligen Fragen, bieten wir Ihnen gerne die Möglichkeit zu einem virtuellen Austausch an. Wir haben uns dazu an folgenden Daten Zeitfenster reserviert:

- Dienstag, 20.07.21 08:30-17:00
- Freitag, 23.07.21 08:30-12:00

Bitte geben Sie uns möglichst rasch Bescheid, ob Sie einen solchen Austausch wünschen, damit wir einen Termin vereinbaren können.

Wir freuen uns sehr, diese spannende und zentrale Massnahme für das KJP mit Ihnen zusammen anzugehen und umzusetzen.

Freundliche Grüsse

Myrtha Dick

L'offre d'OxySuisse (version 2.0)



OxySuisse
OxySchweiz
OxySvizzera
OxySwitzerland

2, rue de la Fontaine, 1204 Genève
Tél. +41 (0) 78 916 96 75
www.oxysuisse.ch
info@oxysuisse.ch

Offre d'OxySuisse
en réponse au
cahier des charges de la mesure
« Transparency and Truth »
du Programme pour l'enfance et la jeunesse
du Fonds pour la prévention du tabagisme
Rôle de Développeur
Version 2.0

A l'attention de
M. Cédric Gummy
Collaborateur scientifique
Fonds de prévention du tabagisme (FPT)
c/o OFSP
Schwarzenburgstrasse 157
3003 Berne
Email: cedric.gummy@tpf.admin.ch

Genève, le 20 octobre 2021

L'offre d'OxySuisse (version 2.0)

- Première version soumise le 6 septembre 2021
- Modifications demandées par le Fonds
- Version finale (2.0) soumise le 20 octobre 2021 et acceptée par le Fonds
 - Inclut le premier livrable (module thématique 01)
- Contrat signé par le Fonds le 26 janvier 2022



OxySuisse
OxySchweiz
OxySvizzera
OxySwitzerland

2, rue de la Fontaine, 1204 Genève
Tél. +41 (0) 78 916 96 75
www.oxysuisse.ch
info@oxysuisse.ch

Offre d'OxySuisse
en réponse au
Cahier des charges de la mesure
« Transparency and Truth »
du Programme pour l'enfance et la jeunesse
du Fonds pour la prévention du tabagisme
Rôle de Développeur
Version 2.0

A l'attention de
M. Cédric Gummy
Collaborateur scientifique
Fonds de prévention du tabagisme (FPT)
c/o OFSP
Schwarzenburgstrasse 157
3003 Berne
Email: cedric.gummy@tpf.admin.ch

Genève, le 20 octobre 2021

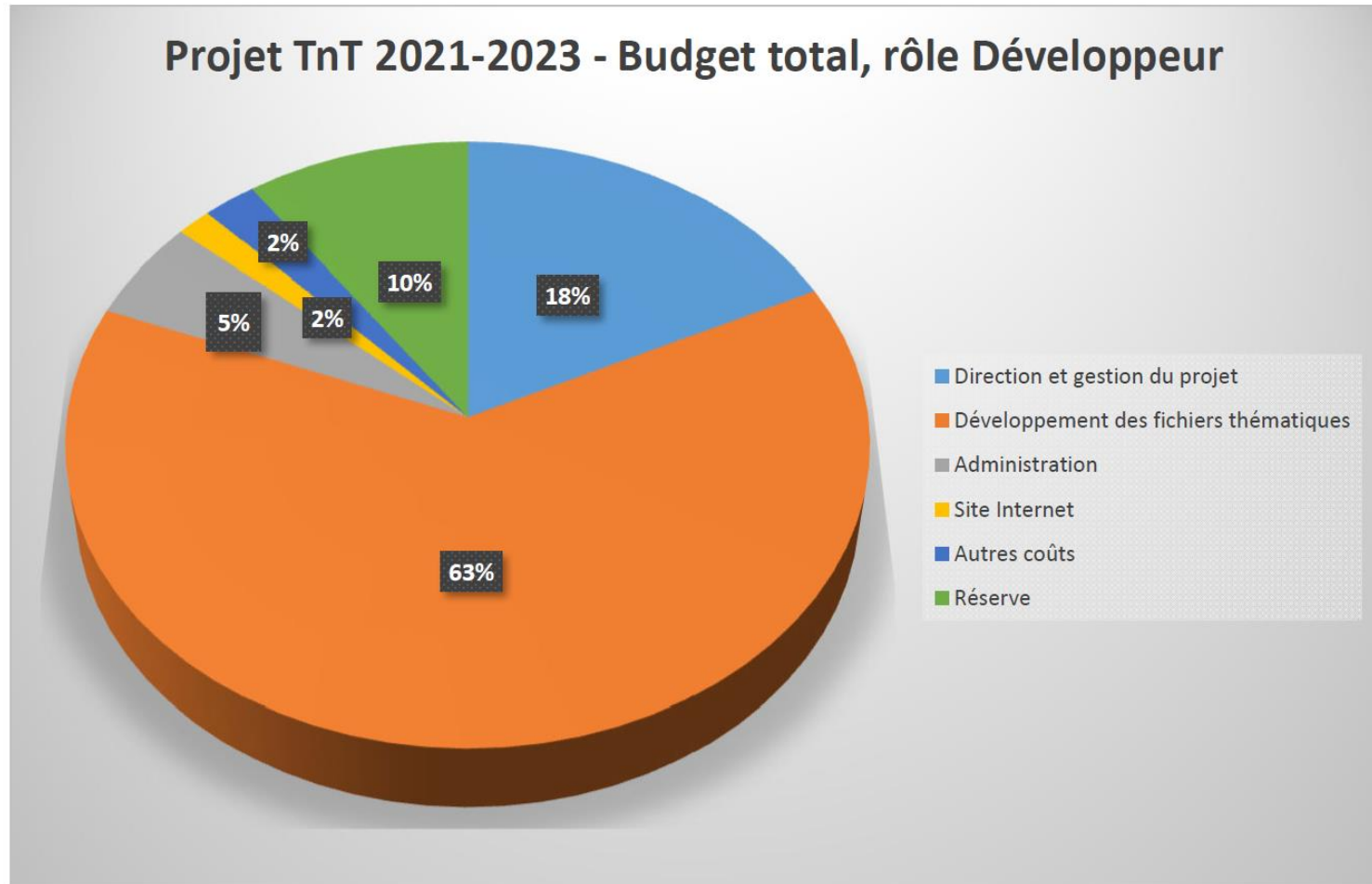
Projet TnT, rôle Développeur (Task Force), version 2.0

Budget 2021 - 2023

Période: 01.11.2021-31.10.2023

	<i>2021</i>	<i>2022</i>	<i>2023</i>	<i>Totaux</i>	<i>%</i>
Direction et gestion du projet	7,680	46,080	46,080	99,840	17.8%
Développement des fichiers thématiques	51,100	183,700	119,700	354,500	63.2%
Administration	3,412	13,836	12,636	29,884	5.3%
Site Internet	2,200	4,200	2,200	8,600	1.5%
Autres coûts	2,000	6,000	5,000	13,000	2.3%
Réserve	7,300	28,200	19,700	55,200	9.8%
Total	73,692	282,016	205,316	561,024	100.0%
Nombre de dossiers thématiques	2	10	6	18	
Coût par dossier thématique	36,846	28,202	34,219	31,168	

L'offre d'OxySuisse (version 2.0)



Le module thématique n° 1



**Projet Transparency and
Truth – rôle développeur**

Programme enfants et jeunesse du
Fonds de prévention du tabagisme



Module thématique n° 1

Utilisation des cendriers de poche par l'industrie du tabac :
opération d'externalisation des responsabilités,
d'écoblanchiment, de préemption réglementaire
et de marketing

1. Résumé

En mai 2021, l'association Swiss Cigarette, regroupant les filiales suisses de BAT, JTI et PMI, lançait la campagne Lara Green sous la forme d'un nouveau site web et d'un communiqué de presse, le tout bilingue, allemand et français, accompagné de la distribution gratuite de 20'000 cendriers de poche.

Cette campagne avait pour thème : « L'environnement n'est pas un cendrier. Éliminer correctement les mégots de cigarettes! » Swiss Cigarette expliquait que ses membres « sont conscients du problème des déchets sauvages causés par les mégots de cigarettes » et qu'elle s'est donc « engagée depuis des années dans la lutte contre le littering ».


Il ressort que cette campagne n'a rien de nouveau et n'est qu'une prolongation d'une campagne similaire lancée par BAT en 2006, la campagne EcObox (renommée ensuite Pocketbox). Ce type de campagne s'inscrit dans le cadre des activités de responsabilité sociale des entreprises (RSE) qui ont pour but d'améliorer l'image des compagnies concernées. Dès le milieu des années 1980, les compagnies de tabac ont utilisé les cendriers de poche pour des cadeaux promotionnels, comme supports publicitaires, et pour la sensibilisation des consommateurs.


L'exploitation de ce thème permet aussi à l'industrie de détourner l'attention du public des multiples dégâts environnementaux dont elle est responsable tout au long de sa chaîne de production, pour la focaliser sur le seul aspect où elle peut externaliser sa responsabilité en la reportant sur les consommateurs de ses produits. Ce thème lui permet aussi de se présenter comme une industrie socialement responsable et de donner l'image d'entreprises modèles sur le plan environnemental, en utilisant la méthode de marketing appelée *greenwashing*.

Activités liées au projet TnT


- 20 octobre 2021 - Conception et développement du module thématique N° 1 « Lara Green»
- Décembre 2021 - Constitution de la Task Force TnT
- Présentation sur le projet TnT, rôle développeur, lors de la rencontre d'échange en ligne FPT/PEJ du 15 décembre 2021
- 23 mars 2022 – Première réunion de la Task Force (à Berne)
- Mai 2022 – Sélection et évaluation des thèmes pour le développement de modules thématiques
- 1^{er} juin 2022 – Deuxième réunion de la Task Force (visio conférence)
- 13 juin 2022 - « Go public » du concept/site « Free. Fair. Future » dont OxySuisse est partenaire; présentation de TnT
- Juin – élaboration du cahier des charges pour le développement des modules thématiques
- Envoi des premières invitations à soumissionner (Unisanté, Promotion santé Valais, ASH USA)


AUTRES ACTIVITÉS D'OXYSUISSE





 **SRNT-E** Conférence Satellite Francophone

unisanté
Centre universitaire de médecine générale
et santé publique - Lausanne


UNIL | Université de Lausanne


FONDS NATIONAL SUISSE
SCHWEIZERISCHER NATIONALFONDS
FONDO NAZIONALE SVIZZERO
SWISS NATIONAL SCIENCE FOUNDATION


LIGUE PULMONAIRE VAUDOISE


Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra
Swiss Confederation
Federal Department of Home Affairs FDHA
Federal Office of Public Health FOHP

Pandémie du tabagisme vs pandémie de la Covid-19 : similitudes et différences

Pascal Diethelm
OxySuisse

diethelm@oxysuisse.ch

Page 1

16 septembre 2021

www.srnt-e.org



Journée interassociative de la Fédération Française d'Addictologie

Lundi 15 novembre 2021

Grand Salon du Collège Néerlandais, Cité Internationale Universitaire de Paris

Tabac chauffé – RdRD cannabis à usage social

Débat « Jeunes et prévention des prises de risque »

Avec le soutien de la Direction Générale de la Santé

Enjeux économiques et politiques, et taxation du tabac chauffé

Pascal Diethelm

Vice-président du CNCT
Président d'OxySuisse
pascal@diethelm.me

CAN TOBACCO COMPANIES BE “SOCIALLY RESPONSIBLE”?

Pascal A. Diethelm
President, OxySuisse



**UNIVERSITÉ
DE GENÈVE**
GENEVA SCHOOL OF ECONOMICS
AND MANAGEMENT

Business & Society S230008CR
Autumn Semester 2021
Bachelor in Management
Faculty: Dr. Bettina Palazzo

Plateforme des partenaires du programme de prévention des conduites addictives
17 mars 2022, Lausanne

**STRATÉGIES DE MARKETING
DES INDUSTRIELS DU TABAC
CIBLANT LES ADOLESCENTS**

PARTIE 1

Pascal Diethelm
Président, OxySuisse



Economic and political challenges, and taxation of heated tobacco products

Pascal Diethelm

President, OxySuisse - diethelm@oxysuisse.ch

23 June 2022



Circulation

FRAME OF REFERENCE

Perspective
Toward CRISPR Therapies for Cardiomyopathies
F Nishiura ... 29 Ohtani 1525

ORIGINAL RESEARCH ARTICLES

Incidence and Predictors of Progression to Chagas Cardiomyopathy: Long-Term Follow-Up of *Trypanosoma cruzi*-Seropositive Individuals
MCP Nunes ... EC Sabido 1553

Long Noncoding RNA *MIAT* Controls Advanced Atherosclerotic Lesion Formation and Plaque Destabilization
F Fazio ... L Mangano 1567

Combined Associations of Changes in Noncombustible Nicotine or Tobacco Product and Combustible Cigarette Use Habits With Subsequent Short-Term Cardiovascular Disease Risk Among South Korean Men: A Nationwide Cohort Study
S Chu ... SH Park 1528

Research Letter
Colchicine in Patients With Acute Coronary Syndrome: Two-Year Follow-Up of the Australian COPS Randomized Clinical Trial
DC Tang ... J Layland 1584

CORRESPONDENCE

Heating Tobacco Sticks Instead of Combusting Conventional Cigarettes and Future Heart Attacks: Still Smoke, and Risk
R Auer ... A Berthel 1539

CLINICAL STATEMENTS AND GUIDELINES

Amplatzer Amulet Left Atrial Appendage Occluder Versus Watchman Device for Stroke Prophylaxis (Amulet IDE): A Randomized, Controlled Trial
D Lakshminarayana ... on behalf of the Amulet IDE Investigators 1543

AAA Scientific Statement
Diagnosis and Management of Patients With Myocardial Injury After Noncardiac Surgery: A Scientific Statement From the American Heart Association
R Naether et al 1587

ISSN 0009-7322
www.ahajournals.org/journal/circ

Volume 144, Number 19, November 9, 2021

Circulation

EDITORIAL

Heating Tobacco Sticks Instead of Combusting Conventional Cigarettes and Future Heart Attacks

Still Smoke, and Risk

Reto Auer¹, MD, MAS; Pascal Diethelm, MSc; Aurélie Berthel², PhD

About 5 years ago, tobacco companies launched and heavily marketed a generation of products that heat tobacco and produce an aerosol that users inhale. These battery-powered devices account for a substantial share of the tobacco market in some countries. The tobacco companies argue that heated tobacco products (HTPs) do not produce harmful smoke, and laboratory analyses do indicate that HTP users inhale a lower concentration of toxic substances than smokers of conventional combustible tobacco cigarettes (CC).¹⁻⁴ But some toxic substances produced by HTPs are unsafe in any quantity, and we don't know whether HTPs will harm smokers who use them heavily and consistently for years.

thermogenic degradation occur in most HTPs, especially those that heat tobacco to >250°C.⁵

In both CCs and HTPs, pyrolyzation, temperature, and the contents of tobacco products combine to produce harmful and potentially harmful constituents like polycyclic aromatic hydrocarbons, tobacco-specific nitrosamines, and carbon monoxide. Despite tobacco companies' new definition of *smoke*, it is pyrolysis, not combustion, that is the source of many carcinogenic emissions, and we can expect to see health hazards associated with exposure.^{4,5}

To make the "smoke without fire" phenomenon of pyrolysis clearer, it is helpful to think about bread toasters. If we set our toaster to between 200° to 250°C, the surface of the bread closest to the heating wires will first brown nicely and smell delicious but, if forgotten, will char (ie, thermogenically degrade and pyrolyze) and fill the house with stinking smoke that no one would call "bread vapor." Although our noses can easily distinguish between toasted and burned, even tasty, toasted bread may be unhealthy. When smokers switch to HTPs, they may enjoy the distinctive toasted flavor of tobacco which, like toasted bread, may not be as safe as it is delicious. We thus suggest labeling HTPs "tobacco toasting systems" to more clearly evoke the thermodynamic processes at play and remind consumers that toasting is a short step away from burning.

The tobacco toasting system label will also help users distinguish nicotine vaping products (or e-cigarettes)

Article, see p 1528

The tobacco companies argue that HTPs produce "aerosol" and not "smoke," because they have redefined smoke as the product of complete combustion; however, the toxicants in CC smoke are mainly produced by incomplete combustion (ie, thermogenic degradation, pyrolysis). In complete combustion, tobacco and oxygen react to produce heat, carbon dioxide, and water—the latter 2 notoriously innocuous for health. With HTPs, an electronic battery produces heat that directly or indirectly releases nicotine from tobacco: pyrolytic processes and

Key Words: Editorials ■ cardiovascular diseases ■ electronic nicotine delivery systems ■ nicotine ■ smoking ■ tobacco

The opinions expressed in this article are not necessarily those of the editors or of the American Heart Association.
Correspondence to: Reto Auer, MD, MAS, University of Bern, Institute of Primary Health Care, Mittelstrasse 43, Bern, 3012, Switzerland. Email: reto.auer@birm.unibe.ch
For Sources of Funding and Disclosures, see page 1541.
© 2021 American Heart Association, Inc.
Circulation is available at www.ahajournals.org/journal/circ



► Additional supplemental material is published online only. To view, please visit the journal online (<http://dx.doi.org/10.1136/tobaccocontrol-2021-057030>).

¹Department for Health, University of Bath, Bath, UK
²OrySatuse, Geneva, Switzerland
³Department of Public Health, University of Otago, Wellington, New Zealand

Correspondence to
Dr Thomas R Hird, Department for Health, University of Bath, Bath BA2 7AY, UK; trh45@bath.ac.uk

Received 2 September 2021
Accepted 22 December 2021

Check for updates

© Author(s) (or their employer(s)) 2022. No commercial re-use. See rights and permissions. Published by BMJ.

To cite: Hird TR, Gallagher AWA, Evans-Reeves K, et al. *Tob Control* 2022;31:e297–307.

BMJ

Original research

Understanding the long-term policy influence strategies of the tobacco industry: two contemporary case studies

Thomas R Hird ¹, Allen William Andrew Gallagher ¹, Karen Evans-Reeves,¹ Mateusz Zatoński,¹ Sarah Dance,¹ Pascal A Diethelm,² Richard Edwards ³, Anna B Gilmore ¹

ABSTRACT

Objective This paper explores transnational tobacco companies' (TTCs) long-term policy influence strategies using two case studies; harm reduction and illicit tobacco, to identify lessons for the tobacco control movement and wider efforts to address the commercial determinants of health.

Methods Evidence from a broad combination of sources including leaked documents and findings from over two decades of TTC monitoring were reviewed for each case study and categorised using the Policy Dystopia Model, focusing on the primary discursive strategy and key instrumental (action-based) strategies used.

Results In both case studies, TTCs seek to advance their interests by engaging primarily in reputation management, coalition management and information management strategies over the long-term to propagate their over-riding discursive strategy—'we've changed, we are part of the solution'—despite clear evidence from both case studies that this is not the case. These strategies are globally coordinated and attempt primarily to reshape norms towards TTC involvement in tobacco control policy and delivery. Findings also suggest that industry denormalisation and the advent of Article 5.3 have led to the TTCs growing use of increasingly complex and opaque 'webs of influence'.

Conclusions The tobacco control community must develop its own proactive long-term strategies which should include industry denormalisation, new ways to fund research that reduce industry control, and improved transparency measures for research and policy. These findings, including TTC adaptations to Article 5.3, also indicate the need for more structural solutions, addressing corporate power and the underlying political and economic system. These lessons can be applied to other unhealthy commodity industries.

INTRODUCTION

Thirty years of research and analysis in *Tobacco Control* provide the opportunity to step back and critically appraise the advances made in understanding and addressing the tobacco industry as the primary vector of the global tobacco epidemic.^{1,2} This is particularly timely given that, responding to the success of tobacco control activities, transnational tobacco companies (TTCs) are redefining their aggression and remain a crucial barrier to further progress (box 1).^{3–6} Perhaps as a result,

declines in smoking prevalence appear to be stalling and most countries have not had sufficient decreases to offset population growth,⁷ resulting in all-time high of 1.1 billion smokers in 2019, over three-quarters of whom live in low-income and middle-income countries.^{3,7}

Great advances have been made in understanding the TTCs' short-term *reactive* corporate political activity to prevent, delay or divert tobacco control policies,⁸ with the accumulation of thousands of case studies enabling a sophisticated understanding of these tactics.^{9–11} These insights have been operationalised to good effect in protecting and advancing diverse policies across multiple jurisdictional levels.^{9,10,12–15} There has, however, been comparatively little work on the *proactive* long-term policy influence strategies, despite leaked documents showing TTCs plan for the long term.^{14–16} There is, therefore, an urgent need address this gap.

This paper aims to explore the TTCs' long-term influence strategies using two case studies: harm reduction and the illicit tobacco trade, two key policy areas in which TTCs have a long history of engagement and have in recent years redoubled their influence efforts. In this way, we aim to identify lessons for the tobacco control movement and the commercial determinants of health more broadly.

METHODS

We selected harm reduction and illicit tobacco as our two case studies. We drew on multiple sources of evidence including previous research, recently leaked TTC documents and material obtained through established routine monitoring of TTC activities. The latter involves established Google alerts on all TTCs and on key areas of their activity and brands, regular searches of tobacco industry and retail journals and information provided from a wide network of informants.

We analysed these sources to identify industry strategies which we categorised using the Policy Dystopia Model (PDM) as our conceptual framework. The PDM is an evidence-based taxonomy of tobacco industry political activity derived from systematic reviews of industry influence on policy.¹⁰ The PDM has been shown to capture key elements of TTC influence strategies in a range of settings, dividing these into discursive (argument-based) and instrumental (action-based) strategies (see online supplemental tables 1 and 2). While the PDM

la Lettre du
RESPADD

RÉSEAU DE PRÉVENTION DES ADDICTIONS

NUMÉRO SPÉCIAL

Journée interassociative de la FÉDÉRATION FRANÇAISE D'ADDICTOLOGIE
SUR LE TABAC CHAUFFÉ

SOMMAIRE

- Enjeux économiques et taxation du tabac chauffé : l'exemple de l'IQOS
- Tabac chauffé : présentation du produit
- Nouveaux produits et taxation du tabac chauffé : l'exemple de l'IQOS
- Comparatives de la composition chimique et de la toxicité des produits au tabac chauffé, de cigarette électronique et de cigarette conventionnelle
- Consommateurs de drogues

→ LIRE UTILE
→ AGENDA

Nous sommes au milieu d'un changement de paradigme mondial concernant les usages de cannabis. Depuis près de 100 ans, le cannabis a été la drogue illégale la plus consommée dans le monde. Or, depuis le début des années 2000, chaque nouvelle année voit apparaître de nouveaux pays s'engageant dans la sortie de la criminalisation des usages de cannabis. C'est le cas pour 34 États américains qui permettent l'accès au cannabis médical et 17 autres qui ont légalisé le cannabis à usage récréatif. C'est encore 17 autres pays qui ont fait du cannabis un médicament, comme la Belgique, les Pays-Bas ou l'Allemagne. Cependant, en France, la « révolution cannabis » a du mal à prendre. Nous en sommes toujours à évaluer « la pertinence et la faisabilité de la mise à disposition du cannabis médical en France » bien que ses taux d'usage soient toujours assez importants en population générale avec plus d'un million de consommateurs quotidiens. Et parmi eux vraisemblablement un nombre important pour des motifs thérapeutiques : consommateurs médicaux de cannabis dont l'usage devient légitime et usagers de cannabis à des fins médicales mais dont le produit reste prohibé et de qualité incertaine. Pour intégrer le cannabis consommé sous suivi médical dans la catégorie des médicaments, la qualification de cannabis médical se régit de plus en plus pour désigner les produits consommés par les consom-

mateurs à des fins thérapeutiques. Bien que la différenciation entre consommateur sous suivi médical et consommateur sans suivi médical, la référence au plaisir est passée sous silence. C'est comme si le plaisir venait contaminer le projet thérapeutique » des consommateurs de cannabis sous suivi médical.



les rapprochant des consommateurs sans suivi médical. Or, la réalité de cette absence de plaisir dans le projet thérapeutique, même quand il est question de problèmes physiologiques peut aisément être remise en question « si quelqu'un a mal au cœur et prend un médicament pour soulager cette nausée, comment peut-on séparer le plaisir de ce changement d'état de la pure absence de nausée » ? Ainsi, se soigner signifie non seulement corriger un dysfonctionnement biologique ou psychologique, la diminution d'un mal-être ou d'un plaisir à vivre. De la même manière, l'amélioration du sommeil, le regain d'appétit ou la diminution de

Amine Benaymin, président du RESPADD et de la FFA

MNH ASSISTANCE PUBLIQUE HÔPITAUX DE PARIS

RESPADD | RÉSEAU DES ÉTABLISSEMENTS DE SANTÉ POUR LA PRÉVENTION DES ADDICTIONS

www.respadd.org

Publications

NUMÉRO SPÉCIAL

→ **ENJEUX ÉCONOMIQUES ET TAXATION DU TABAC CHAUFFÉ : L'EXEMPLE DE L'IQOS**

PASCAL DIETHELM – ACT (ALLIANCE CONTRE LE TABAC), CNCT ET OXYSUISSE

→ **UN MARCHÉ LUCRATIF**

Le marché de la cigarette possède trois caractéristiques qui le rendent particulièrement lucratif : c'est un marché de masse, un marché récurrent, et un marché captif.

Avec plus d'un milliard de consommateurs dans le monde c'est évidemment un marché de masse. Un consommateur fume en moyenne 10 cigarettes par jour, tirant en moyenne 10 bouffées par cigarette ; c'est une des consommations les plus répétitives qui soient. Finalement, c'est un marché doublement captif : sur le plan économique, l'offre est très restreinte, venant d'un petit nombre de compagnies qui forment un oligopole, opérant souvent comme un cartel ; sur le plan comportemental, le produit étant addictif, il restreint l'autonomie du consommateur qui a besoin à intervalles réguliers de sa dose de nicotine, ce qui induit un achat quasi compulsif du produit.

Les lames de rasoir Gillette et les capsules de café Nespresso sont des exemples de marchés similaires, où la captivité est produite par le lien exclusif entre le dispositif d'utilisation et le produit consommable.

La masse des consommateurs et le caractère répétitif de la consommation de cigarettes produisent des volumes de vente très élevés. La captivité due à l'addiction rend ces consommateurs moins sensibles aux prix. Le caractère quasi oligopolistique du marché permet aux compagnies de s'entendre – explicitement ou tacitement – pour des augmentations de prix, à intervalles réguliers et modérés pour ne pas affecter la demande, ce qui leur permet de dégager des marges de profit énormes.

→ **FIN DE L'ÂGE D'OR DE LA CIGARETTE**

Le XX^e siècle a été indiscutablement l'âge d'or du marché de la cigarette. Il a permis l'émergence de méga-multinationales du tabac, qui ont utilisé leur puissance économique pour influencer la science et faire obstacle aux impératifs de santé publique soulevés par leur produit, dans le but de protéger leurs intérêts commerciaux.

Trois coups de boutoir ont mis fin à cet âge d'or de l'industrie de la cigarette : • les **procès américains** : procès intentés par 46 États américains contre les principales compagnies du tabac (les « majors ») accusées de pratiques de marketing frauduleuses (à l'issue de ces procès, en 1998, les majors ont accepté de payer une indemnité de 206 milliards de dollars et de rendre publics leurs documents internes) ; • procès intentés par le gouvernement fédéral contre les

majors pour racket et conspiration (accusations confirmées dans un jugement final de 2006) ;

• l'adoption et la ratification rapide par la majorité des pays du monde de la **Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac** ;

• le développement fulgurant du marché de la **cigarette électronique**, à partir de 2006. Ces trois événements ont eu pour conséquence une forte dégradation de l'image des compagnies de tabac, la naissance d'un mouvement mondial de lutte antitabac doté d'instruments efficaces, et l'émergence d'un **marché de la nicotine** véritablement concurrentiel.

En termes de volumes de vente, le marché mondial de la cigarette (hors Chine) a cessé de progresser à partir de 2008, amorçant dès 2012 un déclin, certes faible (environ 2% par année), mais continu, la progression de la consommation



Figure 1 • Niveau de la taxation des produits du tabac par rapport au chiffre d'affaires de la société multinationale PMI

ORDRE DU JOUR

1. Adoption de l'ordre du jour et élection du secrétaire de séance
2. Adoption du procès-verbal de la précédente assemblée générale
3. Rapport d'activités 2021/2022
4. Rapport du trésorier, approbation des comptes 2021, décharge donnée au comité et au trésorier de leur gestion
5. Présentation et discussion des objectifs stratégiques d'OxySuisse :
 - Continuation du projet « Transparency and Truth » sur mandat du Fonds de prévention du tabagisme
 - Modification de la loi sur les produits du tabac sur la base de l'approbation de l'initiative « Enfants sans tabac »
 - Participation aux activités internationales
6. Renouvellement du comité
7. Divers

COMPTES ÉTABLIS PAR:

BS Conseils et Fiscalités SA

Olivier Butty

Directeur Général

022.920.02.26

076.563.38.61

Chemin Moïse-Duboule 49

1209 Genève

Comptes établis par:

BS Conseils et Fiscalités SA

Olivier Butty

Directeur Général

022.920.02.26

076.563.38.61

Chemin Moïse-Duboule 49

1209 Genève

OxySuisse

Genève

BILAN AU 31 décembre	2021	2020
	<u>CHF</u>	<u>CHF</u>
<u>ACTIF</u>		
Actifs circulants		
Liquidités	1'518.21	9'302.91
Travaux en cours	10'000.00	0.00
<u>Total des actifs circulants</u>	<u>11'518.21</u>	<u>9'302.91</u>
Total de l'actif	11'518.21	9'302.91

Comptes établis par:

BS Conseils et Fiscalités SA

Olivier Butty

Directeur Général

022.920.02.26

076.563.38.61

Chemin Moïse-Duboule 49

1209 Genève

OxySuisse

Genève

BILAN AU 31 décembre	2021	2020
	<u>CHF</u>	<u>CHF</u>
<u>PASSIF</u>		
Capitaux étrangers à court terme		
Créanciers, fournisseurs	1'051.37	7'200.00
Salaires à payer	6'964.90	0.00
Passifs transitoires	500.00	0.00
<u>Total des capitaux étrangers à court terme</u>	<u>8'516.27</u>	<u>7'200.00</u>
Capitaux propres		
Capital de l'association	2'102.91	4'903.91
Résultat au bilan	899.03	-2'801.00
<u>Total des capitaux propres</u>	<u>3'001.94</u>	<u>2'102.91</u>
Total du passif	11'518.21	9'302.91

COMPTE DE PROFITS ET PERTES	2021	2020
	<u>CHF</u>	<u>CHF</u>
Produits d'exploitation		
Cotisations et dons	0.00	11'500.00
Variation travaux en cours	10'000.00	0.00
Subvention en nature	15'900.00	0.00
<u>Total des produits d'exploitation</u>	<u>25'900.00</u>	<u>11'500.00</u>
Charges d'exploitation		
Salaires et charges sociales	7'464.90	0.00
Salaires en nature subventionné	15'900.00	0.00
Frais de justice	0.00	12'046.00
Frais Internet	500.63	87.00
Frais comité - AG	344.70	0.00
Frais campagnes	233.14	2'048.00
Frais congrès, formations	437.60	0.00
<u>Total des charges d'exploitation</u>	<u>24'880.97</u>	<u>14'181.00</u>
Bénéfice (Perte) d'exploitation	1'019.03	-2'681.00
Produits et charges hors exploitation		
Charges financières	-120.00	-120.00
<u>Total des produit et charges hors exploitation</u>	<u>-120.00</u>	<u>-120.00</u>
Bénéfice (Perte) de l'exercice	899.03	-2'801.00

**«LES COMPTES SONT EN ORDRE.
IL N'Y A PAS EU BEAUCOUP
D'ACTIVITÉ.»**

Werner Bill, trésorier d'OxySuisse

ORDRE DU JOUR

1. Adoption de l'ordre du jour et élection du secrétaire de séance
2. Adoption du procès-verbal de la précédente assemblée générale
3. Rapport d'activités 2021/2022
4. Rapport du trésorier, approbation des comptes 2021, décharge donnée au comité et au trésorier de leur gestion
5. **Présentation et discussion des objectifs stratégique d'OxySuisse :**
 - Continuation du projet « Transparency and Truth » sur mandat du Fonds de prévention du tabagisme
 - Modification de la loi sur le produits du tabac sur la base de l'approbation de l'initiative « Enfants sans tabac »
 - Participation aux activités internationales
6. Renouvellement du comité
7. Divers

ORDRE DU JOUR

1. Adoption de l'ordre du jour et élection du secrétaire de séance
2. Adoption du procès-verbal de la précédente assemblée générale
3. Rapport d'activités 2021/2022
4. Rapport du trésorier, approbation des comptes 2021, décharge donnée au comité et au trésorier de leur gestion
5. Présentation et discussion des objectifs stratégiques d'OxySuisse :
 - Continuation du projet « Transparency and Truth » sur mandat du Fonds de prévention du tabagisme
 - Modification de la loi sur les produits du tabac sur la base de l'approbation de l'initiative « Enfants sans tabac »
 - Participation aux activités internationales
6. Renouvellement du comité
7. Divers

ORDRE DU JOUR

1. Adoption de l'ordre du jour et élection du secrétaire de séance
2. Adoption du procès-verbal de la précédente assemblée générale
3. Rapport d'activités 2021/2022
4. Rapport du trésorier, approbation des comptes 2021, décharge donnée au comité et au trésorier de leur gestion
5. Présentation et discussion des objectifs stratégiques d'OxySuisse :
 - Continuation du projet « Transparency and Truth » sur mandat du Fonds de prévention du tabagisme
 - Modification de la loi sur les produits du tabac sur la base de l'approbation de l'initiative « Enfants sans tabac »
 - Participation aux activités internationales
6. Renouvellement du comité
7. Divers

**MODIFICATION DE LA LPTAB POUR TENIR
COMPTE DE L'ADOPTION DE L'INITIATIVE
«OUI À LA PROTECTION DES ENFANTS ET
JEUNES CONTRE LA PUBLICITÉ POUR LE TABAC»**

Initiative populaire fédérale

«OUI à la protection des
enfants et des jeunes contre
la publicité pour le tabac»



- Protéger les enfants et les jeunes contre la publicité pour le tabac
- Permettre aux jeunes de grandir en bonne santé
- Réduire les coûts de la santé

Signez dès maintenant!

www.enfantssanstabac.ch

D'autres listes peuvent être commandées à l'adresse suivante:
www.enfantssanstabac.ch / info@enfantssanstabac.ch

Dons: numéro de compte postal 89-157448-0

Initiative populaire fédérale «Oui à la protection des enfants et des jeunes contre la publicité pour le tabac (enfants et jeunes sans publicité pour le tabac)»

La Constitution¹ est modifiée comme suit:

Art. 41, al. 1, let. g

¹ La Confédération et les cantons s'engagent, en complément de la responsabilité individuelle et de l'initiative privée, à ce que:

- g. les enfants et les jeunes soient encouragés à devenir des personnes indépendantes et socialement responsables et soient soutenus dans leur intégration sociale, culturelle et politique et à ce que leur santé soit promue.

Art. 118, al. 2, let. b

² Elle légifère sur:

- b. la lutte contre les maladies transmissibles, les maladies très répandues et les maladies particulièrement dangereuses de l'être humain et des animaux; elle interdit notamment, pour les produits du tabac, toute forme de publicité qui atteint les enfants et les jeunes;

Art. 197, ch. 12²

12. Disposition transitoire ad art. 118, al. 2, let. b (Protection de la santé)

L'Assemblée fédérale adopte les dispositions législatives d'exécution dans les trois ans qui suivent l'acceptation de l'art. 118, al. 2, let. b, par le peuple et les cantons.

Initiative populaire fédérale «Oui à la protection des enfants et des jeunes contre la publicité pour le tabac (enfants et jeunes sans publicité pour le tabac)»

La Constitution¹ est modifiée comme suit:

Art. 41, al. 1, let. g

¹ La Confédération et les cantons s'engagent, en complément de la responsabilité individuelle et de l'initiative privée, à ce que:

- g. les enfants et les jeunes soient encouragés à devenir des personnes indépendantes et socialement responsables et soient soutenus dans leur intégration sociale, culturelle et politique et à ce que leur santé soit promue.

Art. 118, al. 2, let. b

² Elle légifère sur:

- b. la lutte contre les maladies transmissibles, les maladies très répandues et les maladies particulièrement dangereuses de l'être humain et des animaux; elle interdit notamment, pour les produits du tabac, toute forme de publicité qui atteint les enfants et les jeunes;

Art. 197, ch. 12²

12. Disposition transitoire ad art. 118, al. 2, let. b (Protection de la santé)

L'Assemblée fédérale adopte les dispositions législatives d'exécution dans les trois ans qui suivent l'acceptation de l'art. 118, al. 2, let. b, par le peuple et les cantons.

UN INQUIÉTANT GLISSEMENT SÉMANTIQUE:

«JEUNES» = «MINEURS»

A young boy with brown hair, wearing a dark jacket, is shown in profile, looking down at a lit cigarette he is holding in his right hand. A wisp of smoke is rising from the cigarette. The background is dark and out of focus.

**Enfants
sans tabac**

OUI

le 13 février

La publicité pour le tabac
pousse les enfants à fumer.




Deuxième objet : interdiction de la publicité pour le tabac

Arguments

Comité d'initiative

L'initiative veut protéger nos enfants contre le tabagisme : les mineurs – et seulement eux – doivent dorénavant être préservés de la publicité pour le tabac. Les organisations de santé importantes ainsi que les associations de jeunesse et les fédérations sportives ont dû lancer l'initiative populaire enfants sans tabac, seul moyen d'assurer efficacement la protection des jeunes. En effet, la nouvelle loi sur les produits du tabac continue d'autoriser de la publicité qui atteindra les enfants et les adolescents, les amenant à une consommation néfaste de nicotine et de tabac.

Votation populaire	13 février 2022
Premier objet	Initiative populaire interdiction de l'expérimentation animale et humaine
Deuxième objet	Initiative populaire enfants et jeunes sans publicité pour le tabac
Troisième objet	Modification de la loi fédérale sur les droits de timbre
Quatrième objet	Loi fédérale sur un train de mesures en faveur des médias


 Schweizerische Eidgenossenschaft
 Confédération suisse
 Confederazione Svizzera
 Confederaziun Svizra



Deuxième objet : interdiction de la publicité pour le tabac

Arguments

Comité d'initiative

L'initiative veut protéger nos enfants contre le tabagisme : les mineurs **et seulement eux** doivent dorénavant être préservés de la publicité pour le tabac. Les organisations de santé importantes ainsi que les associations de jeunesse et les fédérations sportives ont dû lancer l'initiative populaire enfants sans tabac, seul moyen d'assurer efficacement la protection des jeunes. En effet, la nouvelle loi sur les produits du tabac continue d'autoriser de la publicité qui atteindra les enfants et les adolescents, les amenant à une consommation néfaste de nicotine et de tabac.

LOI SUR LES PRODUITS THÉRAPEUTIQUES (LPT_h):

² Est illicite la publicité destinée au public pour les médicaments:

- a. qui ne peuvent être remis que sur ordonnance;
- b. qui contiennent des stupéfiants ou des substances psychotropes visés par la loi du 3 octobre 1951 sur les stupéfiants⁹⁹;
- c. qui, du fait de leur composition et de l'usage auquel ils sont destinés, ne peuvent être utilisés pour le diagnostic, la prescription ni le traitement correspondant sans l'intervention d'un médecin;
- d. **qui font fréquemment l'objet d'un usage abusif ou qui peuvent engendrer une accoutumance ou une dépendance.**

PROPOSITION D'OXSUISSE

Les articles 18 à 22 de la LPTab pourraient être biffés et remplacés par **un seul article** dont le texte serait le suivant :

« Est illicite toute forme de communication commerciale pour les produits contenant de la nicotine et qui peuvent engendrer une accoutumance ou une dépendance. »

PROPOSITION D'OXSUISSE

Pour la définition de la « communication commerciale », il suffit de reprendre celle des professionnels de la branche, inscrite dans les Règles relatives à la loyauté dans la communication commerciale de la Commission suisse pour la loyauté:

Concept et formes de la communication commerciale

¹ Par l'expression «communication commerciale», on entend toute mesure qui influence systématiquement l'attitude d'un certain nombre de personnes vis-à-vis de certains produits ou situations commerciales ayant pour objectif principal d'inciter ces personnes à conclure une transaction ou, au contraire, visant à empêcher la conclusion d'une telle transaction.

² La notion de communication commerciale englobe en particulier toutes les formes de publicité, le marketing d'influence («influencing»), le «native advertising», le marketing direct, le sponsoring, la promotion des ventes et le travail de relations publiques.

ORDRE DU JOUR

1. Adoption de l'ordre du jour et élection du secrétaire de séance
2. Adoption du procès-verbal de la précédente assemblée générale
3. Rapport d'activités 2021/2022
4. Rapport du trésorier, approbation des comptes 2021, décharge donnée au comité et au trésorier de leur gestion
5. Présentation et discussion des objectifs stratégique d'OxySuisse :
 - Continuation du projet « Transparency and Truth » sur mandat du Fonds de prévention du tabagisme
 - Modification de la loi sur le produits du tabac sur la base de l'approbation de l'initiative « Enfants sans tabac »
 - Participation aux activités internationales
6. Renouvellement du comité
7. Divers

ORDRE DU JOUR

1. Adoption de l'ordre du jour et élection du secrétaire de séance
2. Adoption du procès-verbal de la précédente assemblée générale
3. Rapport d'activités 2021/2022
4. Rapport du trésorier, approbation des comptes 2021, décharge donnée au comité et au trésorier de leur gestion
5. Présentation et discussion des objectifs stratégique d'OxySuisse :
 - Continuation du projet « Transparency and Truth » sur mandat du Fonds de prévention du tabagisme
 - Modification de la loi sur le produits du tabac sur la base de l'approbation de l'initiative « Enfants sans tabac »
 - Participation aux activités internationales
6. **Renouvellement du comité**
7. Divers

ORDRE DU JOUR

1. Adoption de l'ordre du jour et élection du secrétaire de séance
2. Adoption du procès-verbal de la précédente assemblée générale
3. Rapport d'activités 2021/2022
4. Rapport du trésorier, approbation des comptes 2021, décharge donnée au comité et au trésorier de leur gestion
5. Présentation et discussion des objectifs stratégique d'OxySuisse :
 - Continuation du projet « Transparency and Truth » sur mandat du Fonds de prévention du tabagisme
 - Modification de la loi sur le produits du tabac sur la base de l'approbation de l'initiative « Enfants sans tabac »
 - Participation aux activités internationales
6. Renouvellement du comité
7. Divers





LE MILAN