



Assemblée générale 2022/2023

Lausanne, 15 mai 2023

Période juin 2022 – avril 2023

ORDRE DU JOUR

1. Adoption de l'ordre du jour et élection du secrétaire de séance
2. Présentation des membres du personnel d'OxySuisse :
 - Barbara Ducry
 - Hugo Molineaux
 - Joey Ayoub
3. Adoption du procès-verbal de la précédente assemblée générale
4. Rapport d'activités 2022/2023
5. Rapport du trésorier, approbation des comptes 2022, décharge donnée au comité et au trésorier de leur gestion
6. Présentation et discussion des objectifs stratégique d'OxySuisse :
 - Continuation du projet « Transparency and Truth » sur mandat du Fonds de prévention du tabagisme
 - Révision de la loi sur les produits du tabac sur la base de l'approbation de l'initiative « Enfants sans tabac »
 - Intégration de la notion de « déterminants commerciaux de la santé » dans la stratégie d'OxySuisse
 - Participation aux activités nationales et internationales
7. Prochaines étapes, activités et réunions, en fonction de la stratégie élaborée aux points précédents
8. Renouvellement du comité
9. Divers

IN MEMORIAM



Rainer Kaelin, 13 janvier 1948 - 15 août 2022

Ont demandé d'être excusés:

- Doumit Abi Saleh
- Joey Ayoub
- Roland Burkhard
- Michel Chapalay
- Vivienne Duppenthaler
- Laurence Fehlmann-Rielle
- Jean-Luc Forni
- Janine Mamie
- Jean-Charles Rielle
- Luciano Ruggia
- Michel Starobinski
- Corinne Wahl
- Karin Zurcher

ORDRE DU JOUR

1. Adoption de l'ordre du jour et élection du secrétaire de séance
2. Présentation des membres du personnel d'OxySuisse :
 - Barbara Ducry
 - Hugo Molineaux
 - Joey Ayoub
3. Adoption du procès-verbal de la précédente assemblée générale
4. Rapport d'activités 2022/2023
5. Rapport du trésorier, approbation des comptes 2022, décharge donnée au comité et au trésorier de leur gestion
6. Présentation et discussion des objectifs stratégique d'OxySuisse :
 - Continuation du projet « Transparency and Truth » sur mandat du Fonds de prévention du tabagisme
 - Révision de la loi sur les produits du tabac sur la base de l'approbation de l'initiative « Enfants sans tabac »
 - Intégration de la notion de « déterminants commerciaux de la santé » dans la stratégie d'OxySuisse
 - Participation aux activités nationales et internationales
7. Prochaines étapes, activités et réunions, en fonction de la stratégie élaborée aux points précédents
8. Renouvellement du comité
9. Divers

ORDRE DU JOUR

1. Adoption de l'ordre du jour et élection du secrétaire de séance
2. Présentation des membres du personnel d'OxySuisse :
 - Barbara Ducry
 - Hugo Molineaux
 - Joey Ayoub
3. Adoption du procès-verbal de la précédente assemblée générale
4. Rapport d'activités 2022/2023
5. Rapport du trésorier, approbation des comptes 2022, décharge donnée au comité et au trésorier de leur gestion
6. Présentation et discussion des objectifs stratégique d'OxySuisse :
 - Continuation du projet « Transparency and Truth » sur mandat du Fonds de prévention du tabagisme
 - Révision de la loi sur les produits du tabac sur la base de l'approbation de l'initiative « Enfants sans tabac »
 - Intégration de la notion de « déterminants commerciaux de la santé » dans la stratégie d'OxySuisse
 - Participation aux activités nationales et internationales
7. Prochaines étapes, activités et réunions, en fonction de la stratégie élaborée aux points précédents
8. Renouvellement du comité
9. Divers

ORDRE DU JOUR

1. Adoption de l'ordre du jour et élection du secrétaire de séance
2. Présentation des membres du personnel d'OxySuisse :
 - Barbara Ducry
 - Hugo Molineaux
 - Joey Ayoub
3. Adoption du procès-verbal de la précédente assemblée générale
4. Rapport d'activités 2022/2023
5. Rapport du trésorier, approbation des comptes 2022, décharge donnée au comité et au trésorier de leur gestion
6. Présentation et discussion des objectifs stratégique d'OxySuisse :
 - Continuation du projet « Transparency and Truth » sur mandat du Fonds de prévention du tabagisme
 - Révision de la loi sur les produits du tabac sur la base de l'approbation de l'initiative « Enfants sans tabac »
 - Intégration de la notion de « déterminants commerciaux de la santé » dans la stratégie d'OxySuisse
 - Participation aux activités nationales et internationales
7. Prochaines étapes, activités et réunions, en fonction de la stratégie élaborée aux points précédents
8. Renouvellement du comité
9. Divers

ORDRE DU JOUR

1. Adoption de l'ordre du jour et élection du secrétaire de séance
2. Présentation des membres du personnel d'OxySuisse :
 - Barbara Ducry
 - Hugo Molineaux
 - Joey Ayoub
3. Adoption du procès-verbal de la précédente assemblée générale
4. Rapport d'activités 2022/2023
5. Rapport du trésorier, approbation des comptes 2022, décharge donnée au comité et au trésorier de leur gestion
6. Présentation et discussion des objectifs stratégique d'OxySuisse :
 - Continuation du projet « Transparency and Truth » sur mandat du Fonds de prévention du tabagisme
 - Révision de la loi sur les produits du tabac sur la base de l'approbation de l'initiative « Enfants sans tabac »
 - Intégration de la notion de « déterminants commerciaux de la santé » dans la stratégie d'OxySuisse
 - Participation aux activités nationales et internationales
7. Prochaines étapes, activités et réunions, en fonction de la stratégie élaborée aux points précédents
8. Renouvellement du comité
9. Divers

RAPPORT D'ACTIVITÉ
2022/2023

PROJET « TRANSPARENCY AND TRUTH »

(TnT)

Activités liées au projet TnT

- Recrutement de Hugo Molineaux, Barbara Ducry et Joey Ayoub
- 21 septembre 2022 – Troisième réunion de la Task Force TnT à Berne (OFSP, campus Liebefeld)
- 7 Décembre 2022 – Quatrième réunion de la Task Force TnT (visio-conférence)
- Préparation de la stratégie de communication de la mesure TnT
 - Première tentative avec BCW (ex Burson Marsteller). BCW fait une offre et la retire (motif: ils ont décroché un gros contrat qui mobilise tout leur personnel)
 - Deuxième tentative : agence Farner de Berne. Celle-ci travaille avec l'agence de communication Rod. La stratégie de communication est en voie d'être finalisée et sera présentée lors de la réunion de la Task Force le 7 juin
- Préparation de la 5^{ème} réunion de la Task Force, le 7 juin 2023 (à Berne)
- Re-lecture des modules soumis (trois modules, dont deux doubles)
- Contribution à la préparation du site internet par Médecine & Hygiène (plusieurs réunions)
- Travail sur les modules « Université de Zürich – PMI » et « Tabac et droits humains »
- Travail administratif (facturation, paiement des factures, etc.)

Tableau récapitulatif des modules en cours (au 25.04.2023)

#	Thème	Type	Porteur du projet (contact.s)	Partenaire	Statut	Date livraison prévue/ effective
01	Utilisation des cendriers de poche par l'industrie du tabac : opération d'externalisation des responsabilités, d'écoblanchiment, de préemption réglementaire et de marketing	Simple	OxySuisse (Pascal Diethelm)		Terminé	11.2021
02	Nouvelles formes de marketing : promotion des nouveaux produits du tabac et de la nicotine sur les réseaux sociaux	Double	Unisanté (Karin Zürcher et Luc Lebon)	PSV (Alexandre Dubuis)	Terminé	28.01.2023
03	Rôle des nouveaux produits du tabac et de la nicotine dans la stratégie commerciale de l'industrie du tabac	Simple	Unisanté (Karin Zürcher et Luc Lebon)		Terminé	28.01.2023
04	Instrumentalisation de la notion de droits de l'homme par les multinationales du tabac, avec l'accent mis sur le cas de la Suisse	Double	ASH (Laurent Huber)	WFPHA (Bettina Borisch)	En cours	03.2023
05	Les mesures « volontaires » de l'industrie du tabac : autorégulation et programmes de prévention issus de l'industrie du tabac pour combattre les régulations et rehausser la confiance de l'opinion publique et des décideurs	Double	OxySuisse (Pascal Diethelm, Hugo Molineaux)		En cours	02.2023

06	Parrainage des organisations culturelles et contribution aux organisations de bienfaisance par l'industrie du tabac	Double	AT Suisse (Luciano Ruggia)		Offre acceptée. Début : 06.2023	01.2024
07	L'engagement de Philip Morris International pour un monde sans fumée : yet another smokescreen ?	Simple	AT Suisse (Luciano Ruggia)		Offre acceptée. Début : 06.2023	01.2024
08	La rhétorique et les sophismes utilisés par l'industrie du tabac dans sa communication publique et interne	Simple	OxySuisse (Pascal Diethelm, Hugo Molineaux)		En cours	06.2023
09	Ingérence dans la recherche scientifique : l'affaire du contrat entre l'UZH et PMI sur l'effet du paquet neutre en Australie	Simple	OxySuisse (Pascal Diethelm)		En cours	10.2023
10	Le poids économique réel du secteur du tabac en Suisse	Double	Unisanté (Joachim Marti)	Université de Neuchâtel	Offre attendue. Début : 08.2023	12.2023
11	Tactiques et rhétorique utilisées par les anti-climat et les pro-tabac	Double	OxySuisse (Joey Ayoub, supervision Julia Steinberger)	Université de Bath (UK)	En cours	10.2023
12	« For adults only » - Comment le marketing de l'industrie du tabac cible les adolescents	Simple	OxySuisse (Barbara Ducry)		En cours	10.2023

Thèmes possibles pour de futurs modules :

- L'imposition du tabac en Suisse : politique dictée par les intérêts de l'industrie du tabac ?
- La coalition pro-industrie du tabac en Suisse : description, origines, évolution, forme actuelle, rôle, activités
- Le réseau de distribution de tabac suisse est-il l'un des plus denses du monde ?
- Rôle et positionnement de la Coop dans la promotion du tabagisme chez les jeunes en Suisse.
- Implications des think tanks ultralibéraux / libertariens suisses et leur utilisation par l'industrie du tabac
- Stratégie de diversification des compagnies de tabac
- L'industrie du tabac et le cannabis
- Placement comportemental du tabagisme et du vapotage dans les films et séries des plateformes de streaming

**PARTICIPATION D'OXYSUISSE À LA
CONSULTATION SUR LA RÉVISION DE LA LOI
SUR LES PRODUITS DU TABAC**

**Révision partielle de la loi fédérale sur les produits du tabac et les cigarettes électroniques :
ouverture de la procédure de consultation**

Avis donné par

Nom / société / organisation : OxySuisse

Abréviation de la société / de l'organisation : OxySuisse

Adresse : 2, rue de la Fontaine 1204 Genève

Personne de référence : Pascal Diethelm

Téléphone : 078 916 96 75

Courriel : diethelm@oxysuisse.ch

Date : 30 novembre 2022

Remarques importantes :

1. Nous vous prions de ne pas modifier le formatage de ce formulaire !
2. Pour effacer des tableaux ou insérer de nouvelles lignes, cliquez sur « Révision/Protéger un document/Désactiver la protection » afin de pouvoir travailler dans le document. Voir guide dans l'annexe.
3. Utilisez une ligne par article, alinéa et lettre ou par chapitre du rapport explicatif.
4. Nous vous serions reconnaissants de bien vouloir saisir vos commentaires de fond sous "Révision partielle de la loi sur les produits du tabac et des cigarettes électroniques" - et non pas dans le rapport explicatif.
5. Veuillez faire parvenir votre avis au **format Word** d'ici au **30 novembre 2022** aux adresses suivantes : gever@bag.admin.ch et tabakprodukte@bag.admin.ch
6. Le champ « nom/société » n'est pas obligatoire.

Nous vous remercions de votre collaboration!

LA RÉVISION PROPOSÉE – ARTICLE 18

Art. 18 Restrictions de la publicité

1 La publicité ainsi que les indications d'une promotion ou d'un parrainage en faveur des produits du tabac, des cigarettes électroniques et des objets qui forment une unité fonctionnelle avec un produit du tabac sont interdites:

- a. dans les publications de la presse écrite, sauf si celles-ci sont destinées principalement au marché étranger ou exclusivement aux professionnels de la branche;
- b. sur Internet, sur les applications et les autres médias électroniques si la publicité ou les indications visent le marché suisse;
- c. au cinéma;
- d. sur les supports publicitaires par lesquels elles peuvent atteindre les mineurs, notamment :
 1. les affiches et autres formes d'affichage exposées dans l'espace public ou sur des terrains privés, en tant qu'elles sont visibles depuis l'espace public,
 2. les envois postaux publicitaires, sauf s'ils sont adressés directement à des adultes sous pli neutre,
 3. les messages électroniques publicitaires, sauf s'ils sont adressés directement à des adultes;
- e. dans les lieux accessibles au public pouvant être fréquentés par des mineurs.

2 La publicité ainsi que les indications d'une promotion ou d'un parrainage en faveur des produits du tabac, des cigarettes électroniques et des objets qui forment une unité fonctionnelle avec un produit du tabac sont interdites si elles sont faites au moyen de comparaisons de prix ou de promesses de cadeaux.

3 La publicité à la radio et à la télévision est réglementée par la loi fédérale du 24 mars 2006 sur la radio et la télévision.

LA RÉVISION PROPOSÉE – ARTICLE 18

Art. 18 Restrictions de la publicité

1 La publicité ainsi que les indications d'une promotion ou d'un parrainage en faveur des produits du tabac, des cigarettes électroniques et des objets qui forment une unité fonctionnelle avec un produit du tabac sont interdites:

- a. dans les publications étrangères ou extérieures, si elles sont destinées principalement au marché étranger ou extérieur;
- b. sur Internet, sur les médias électroniques si la publicité ou les indications visent le marché suisse;
- c. au cinéma;
- d. sur les supports publicitaires par lesquels elles peuvent atteindre les mineurs, notamment :
 1. les affiches et autres formes d'affichage exposées dans l'espace public ou sur des terrains privés, en tant qu'elles sont visibles depuis l'espace public,
 2. les envois postaux publicitaires, sauf s'ils sont adressés directement à des adultes sous pli neutre,
 3. les messages électroniques publicitaires, sauf s'ils sont adressés directement à des adultes;
- e. dans les lieux accessibles au public pouvant être fréquentés par des mineurs.

2 La publicité ainsi que les indications d'une promotion ou d'un parrainage en faveur des produits du tabac, des cigarettes électroniques et des objets qui forment une unité fonctionnelle avec un produit du tabac sont interdites si elles sont faites au moyen de comparaisons de prix ou de promesses de cadeaux.

3 La publicité à la radio et à la télévision est réglementée par la loi fédérale du 24 mars 2006 sur la radio et la télévision.



Pas une interdiction,
comme l'exige la
Convention-cadre de l'OMS

LA RÉVISION PROPOSÉE – ARTICLE 18

Art. 18 Restrictions de la publicité

1 La publicité ainsi que les indications d'une promotion ou d'un parrainage en faveur des produits du tabac, des cigarettes électroniques et des objets qui forment une unité fonctionnelle avec un produit du tabac sont interdites:

- a. dans les publications de la presse écrite, principalement au marché étranger ou exclusivement aux pays étrangers;
- b. sur Internet, sur les applications de téléphonie mobile ou les indications visant le marché suisse;
- c. au cinéma;
- d. sur les supports publicitaires printaniers, notamment :
 1. les affiches et autres formes de publicité, tant qu'elles sont visibles dans les lieux publics;
 2. les envois postaux publicitaires, adressés à des adultes sous pli neutre, en particulier les envois directs;
 3. les messages électroniques publicitaires, sauf s'ils sont adressés directement à des adultes;
- e. dans les lieux accessibles au public pouvant être fréquentés par des mineurs.



Cela évite le problème dans lequel l'Espagne s'est mise en autorisant la publicité pour l'IQOS, considérant que c'est un dispositif mais pas un produit du tabac.

2 La publicité ainsi que les indications d'une promotion ou d'un parrainage en faveur des produits du tabac, des cigarettes électroniques et des objets qui forment une unité fonctionnelle avec un produit du tabac sont interdites si elles sont faites au moyen de comparaisons de prix ou de promesses de cadeaux.

3 La publicité à la radio et à la télévision est réglementée par la loi fédérale du 24 mars 2006 sur la radio et la télévision.

LA RÉVISION PROPOSÉE – ARTICLE 18

Art. 18 Restrictions de la publicité

1 La publicité ainsi que les indications d'une promotion ou d'un parrainage en faveur des produits du tabac, des cigarettes électroniques et des objets qui forment une unité fonctionnelle avec un produit du tabac **sont interdites**:

- a. **dans les publications de la presse écrite**,  celles-ci sont destinées principalement au marché étranger ou exclusivement aux professionnels de la branche;
- b. **sur Internet, sur les applications et les autres médias électroniques**  publicité ou les indications visent le marché suisse;
- c. **au cinéma**; 
- d. sur les supports publicitaires par lesquels elles peuvent atteindre les mineurs, notamment :
 1. les affiches et autres formes d'affichage exposées dans l'espace public ou sur des terrains privés, en tant qu'elles sont visibles depuis l'espace public,
 2. les envois postaux publicitaires, sauf s'ils sont adressés directement à des adultes sous pli neutre,
 3. les messages électroniques publicitaires, sauf s'ils sont adressés directement à des adultes;
- e. dans les lieux accessibles au public pouvant être fréquentés par des mineurs.

2 La publicité ainsi que les indications d'une promotion ou d'un parrainage en faveur des produits du tabac, des cigarettes électroniques et des objets qui forment une unité fonctionnelle avec un produit du tabac sont interdites si elles sont faites au moyen de comparaisons de prix ou de promesses de cadeaux.

3 La publicité à la radio et à la télévision est réglementée par la loi fédérale du 24 mars 2006 sur la radio et la télévision.

LA RÉVISION PROPOSÉE – ARTICLE 18

Art. 18 Restrictions de la publicité

1 La publicité ainsi que les indications d'une promotion ou d'un parrainage en faveur des produits du tabac, des cigarettes électroniques et des objets qui forment une unité fonctionnelle avec un produit du tabac **sont interdites**:

- a. **dans les publications de la presse écrite**, sauf si celles-ci sont destinées principalement au marché étranger ou exclusivement aux professionnels de la branche;
- b. **sur Internet, sur les applications et les autres médias électroniques** si la publicité ou les indications visent le marché suisse;
- c. **au cinéma**;
- d. sur les supports publicitaires par lesquels elles peuvent atteindre les mineurs, notamment :
 1. les affiches et autres formes d'affichage exposées dans l'espace public ou sur des terrains privés, en tant qu'elles sont visibles depuis l'espace public,
 2. les envois postaux publicitaires, sauf s'ils sont adressés directement à des adultes sous pli neutre,
 3. les messages électroniques publicitaires, sauf s'ils sont adressés directement à des adultes;
- e. dans les lieux accessibles au public pouvant être fréquentés par des mineurs.

2 La publicité ainsi que les indications d'une promotion ou d'un parrainage en faveur des produits du tabac, des cigarettes électroniques et des objets qui forment une unité fonctionnelle avec un produit du tabac sont interdites si elles sont faites au moyen de comparaisons de prix ou de promesses de cadeaux.

3 La publicité à la radio et à la télévision est réglementée par la loi fédérale du 24 mars 2006 sur la radio et la télévision.

LA RÉVISION PROPOSÉE – ARTICLE 18

Art. 18 Restrictions de la publicité

1 La publicité ainsi que les indications d'une promotion ou d'un parrainage en faveur des produits du tabac, des cigarettes électroniques et des objets qui forment une unité fonctionnelle avec un produit du tabac sont interdites:

- a. dans les publications de la presse écrite, sauf si celles-ci sont destinées principalement au marché étranger ou exclusivement aux professionnels de la branche;
- b. sur Internet, sur les applications et les autres médias électroniques si la publicité ou les indications visent le marché suisse;
- c. au cinéma;
- d. sur les supports publicitaires par lesquels elles peuvent atteindre les mineurs, notamment :
 1. les affiches et autres formes d'affichage exposées dans l'espace public ou sur des terrains privés, en tant qu'elles sont visibles depuis l'espace public,
 2. les envois postaux publicitaires, sauf s'ils sont adressés directement à des adultes sous pli neutre,
 3. les messages électroniques publicitaires, sauf s'ils sont adressés directement à des adultes;
- e. dans les lieux accessibles au public pouvant être fréquentés par des mineurs.

2 La publicité ainsi que les indications d'une promotion ou d'un parrainage en faveur des produits du tabac, des cigarettes électroniques et des objets qui forment une unité fonctionnelle avec un produit du tabac sont interdites si elles sont faites au moyen de comparaisons de prix ou de promesses de cadeaux.

3 La publicité à la radio et à la télévision est réglementée par la loi fédérale du 24 mars 2006 sur la radio et la télévision.

LA RÉVISION PROPOSÉE – ARTICLE 18

Art. 18 Restrictions de la publicité

1 La publicité ainsi que les indications d'une promotion ou d'un parrainage en faveur des produits du tabac, des cigarettes électroniques et des objets qui forment une unité fonctionnelle avec un produit du tabac sont interdites:

- a. dans les publications de la presse écrite, sauf si celles-ci sont destinées principalement au marché étranger ou exclusivement aux professionnels de la branche;
- b. sur Internet, sur les applications et les autres médias électroniques si la publicité ou les indications visent le marché suisse;
- c. au cinéma;
- d. **sur les supports publicitaires** par lesquels elles peuvent atteindre les mineurs, notamment :
 1. **les affiches et autres formes d'affichage**  dans l'espace public ou sur des terrains privés, en tant qu'elles sont visibles depuis l'espace public;
 2. **les envois postaux publicitaires**, sauf s'ils sont adressés directement à des adultes sous pli neutre,
 3. **les messages électroniques publicitaires**, sauf s'ils sont adressés directement à des adultes;
- e. **dans les lieux accessibles au public pouvant être fréquentés par des mineurs.**

2 La publicité ainsi que les indications d'une promotion ou d'un parrainage en faveur des produits du tabac, des cigarettes électroniques et des objets qui forment une unité fonctionnelle avec un produit du tabac sont interdites si elles sont faites au moyen de comparaisons de prix ou de promesses de cadeaux.

3 La publicité à la radio et à la télévision est réglementée par la loi fédérale du 24 mars 2006 sur la radio et la télévision.

LA RÉVISION PROPOSÉE – ARTICLE 18

Art. 18 Restrictions de la publicité

1 La publicité ainsi que les indications d'une promotion ou d'un parrainage en faveur des produits du tabac, des cigarettes électroniques et des objets qui forment une unité fonctionnelle avec un produit du tabac sont interdites:

- a. dans les publications de la presse écrite, sauf si celles-ci sont destinées principalement au marché étranger ou exclusivement aux professionnels de la branche;
- b. sur Internet, sur les applications et les autres médias électroniques si la publicité ou les indications visent le marché suisse;
- c. au cinéma;
- d. sur les supports publicitaires par lesquels elles peuvent atteindre les mineurs, notamment :
 1. les affiches et autres formes d'affichage exposées dans l'espace public ou sur des terrains privés, en tant qu'elles sont visibles depuis l'espace public,
 2. les envois postaux publicitaires, sauf s'ils sont adressés directement à des adultes sous pli neutre,
 3. les messages électroniques publicitaires, sauf s'ils sont adressés directement à des adultes;
- e. dans les lieux accessibles au public pouvant être fréquentés par des mineurs.



2 La publicité ainsi que les indications d'une promotion ou d'un parrainage en faveur des produits du tabac, des cigarettes électroniques et des objets qui forment une unité fonctionnelle avec un produit du tabac sont interdites si elles sont faites au moyen de comparaisons de prix ou de promesses de cadeaux.

3 La publicité à la radio et à la télévision est réglementée par la loi fédérale du 24 mars 2006 sur la radio et la télévision.

LA RÉVISION PROPOSÉE – ARTICLE 18

Art. 18 Restrictions de la publicité

1 La publicité ainsi que les indications d'une promotion ou d'un parrainage en faveur des produits du tabac, des cigarettes électroniques et des objets qui forment une unité fonctionnelle avec un produit du tabac sont interdites:

- a. dans les publications de la presse écrite, sauf si celles-ci sont destinées principalement au marché étranger ou exclusivement aux professionnels de la branche;
- b. sur Internet, sur les applications et les autres médias électroniques si la publicité ou les indications visent le marché suisse;
- c. au cinéma;
- d. sur les supports publicitaires par lesquels elles peuvent atteindre les mineurs, notamment :
 1. les affiches et autres formes d'affichage exposées dans l'espace public ou sur des terrains privés, en tant qu'elles sont visibles depuis l'espace public,
 2. les envois postaux publicitaires, sauf s'ils sont adressés directement à des adultes sous pli neutre,
 3. les messages électroniques publicitaires, sauf s'ils sont adressés directement à des adultes;
- e. dans les lieux accessibles au public pouvant être fréquentés par des mineurs.

2 La publicité ainsi que les indications d'une promotion ou d'un parrainage en faveur des produits du tabac, des cigarettes électroniques et des objets qui forment une unité fonctionnelle avec un produit du tabac sont interdites si elles sont faites au moyen de comparaisons de prix ou de promesses de cadeaux.

3 La publicité à la radio et à la télévision est réglementée par la loi fédérale du 24 mars 2006 sur la radio et la télévision.

LA RÉVISION PROPOSÉE – ARTICLE 18

Art. 18 Restrictions de la publicité

1 La publicité ainsi que les indications d'une promotion ou d'un parrainage en faveur des produits du tabac, des cigarettes électroniques et des objets qui forment une unité fonctionnelle avec un produit du tabac sont interdites:

- a. dans les publications de la presse écrite, sauf si celles-ci sont destinées principalement au marché étranger ou exclusivement aux professionnels de la branche;
- b. sur Internet, sur les applications et les autres médias électroniques si la publicité ou les indications visent le marché suisse;
- c. au cinéma;
- d. sur les supports publicitaires par lesquels elles peuvent atteindre les mineurs, notamment :
 1. les affiches et autres formes d'affichage exposées dans l'espace public ou sur des terrains privés, en tant qu'elles sont visibles depuis l'espace public,
 2. les envois postaux publicitaires, sauf s'ils sont adressés directement à des adultes sous pli neutre,
 3. les messages électroniques publicitaires, sauf s'ils sont adressés directement à des adultes;
- e. dans les lieux accessibles au public pouvant être fréquentés par des mineurs.

2 La publicité ainsi que les indications d'une promotion ou d'un parrainage en faveur des produits du tabac, des cigarettes électroniques et des objets qui forment une unité fonctionnelle avec un produit du tabac sont interdites si elles sont faites au moyen de **comparaisons de prix** ou de **promesses de cadeaux**.

3 La publicité à la radio et à la télévision est réglementée par la loi fédérale du 24 mars 2006 sur la radio et la télévision.

LA RÉVISION PROPOSÉE – ARTICLE 18

Art. 18 Restrictions de la publicité

1 La publicité ainsi que les indications d'une promotion ou d'un parrainage en faveur des produits du tabac, des cigarettes électroniques et des objets qui forment une unité fonctionnelle avec un produit du tabac sont interdites:

- a. dans les publications de la presse écrite, sauf si celles-ci sont destinées principalement au marché étranger ou exclusivement aux professionnels de la branche;
- b. sur Internet, sur les applications et les autres médias électroniques si la publicité ou les indications visent le marché suisse;
- c. au cinéma;
- d. sur les supports publicitaires par lesquels elles peuvent atteindre les mineurs, notamment :
 1. les affiches et autres formes d'affichage exposées dans l'espace public ou sur des terrains privés, en tant qu'elles sont visibles depuis l'espace public,
 2. les envois postaux publicitaires, sauf s'ils sont adressés directement à des adultes sous pli neutre,
 3. les messages électroniques publicitaires, sauf s'ils sont adressés directement à des adultes;
- e. dans les lieux accessibles au public pouvant être fréquentés par des mineurs.

2 La publicité ainsi que les indications d'une promotion ou d'un parrainage en faveur des produits du tabac, des cigarettes électroniques et des objets qui forment une unité fonctionnelle avec un produit du tabac sont interdites si elles sont faites au moyen de comparaisons de prix ou de promesses de cadeaux.

3 La **publicité à la radio et à la télévision est réglementée par la loi fédérale du 24 mars 2006** sur la radio et la télévision.

LA RÉVISION PROPOSÉE – ARTICLE 19

Art. 19 Restrictions de la promotion

1 La promotion de produits du tabac et de cigarettes électroniques ainsi que d'objets qui forment une unité fonctionnelle avec un produit du tabac est interdite si elle prend la forme:

- a. d'une distribution gratuite de ces produits et objets;
- b. d'une distribution de cadeaux ou de prix;
- c. d'une vente par des vendeurs mobiles dans les lieux accessibles au public pouvant être fréquentés par des mineurs.

2 L'interdiction ne s'applique pas:

- a. à la promotion destinée exclusivement aux professionnels de la branche;
- b. à la promotion directe et personnelle des cigares et cigarillos au moyen de dégustations et de promotions clients dans des lieux auxquels les mineurs n'ont pas accès.

LA RÉVISION PROPOSÉE – ARTICLE 19

Art. 19 **Restrictions** de la promotion

1 La promotion d' produits du tabac et de cigarettes électroniques ainsi que d'objets qui forment une unité fonctionnelle avec un produit du tabac est interdite si elle prend la forme:

- a. d'une distribution gratuite de ces produits et objets;
- b. d'une distribution de cadeaux ou de prix;
- c. d'une vente par des vendeurs mobiles dans les lieux accessibles au public pouvant être fréquentés par des mineurs.

2 L'interdiction ne s'applique pas:

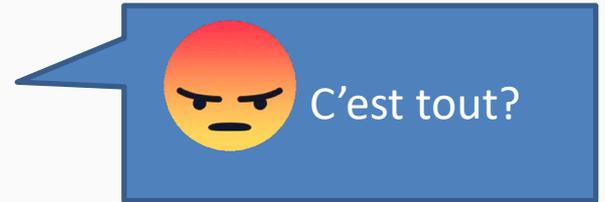
- a. à la promotion destinée exclusivement aux professionnels de la branche;
- b. à la promotion directe et personnelle des cigares et cigarillos au moyen de dégustations et de promotions clients dans des lieux auxquels les mineurs n'ont pas accès.

LA RÉVISION PROPOSÉE – ARTICLE 19

Art. 19 Restrictions de la promotion

1 La promotion de produits du tabac et de cigarettes électroniques ainsi que d'objets qui forment une unité fonctionnelle avec un produit du tabac est interdite si elle prend la forme:

- a. d'une distribution gratuite de ces produits et objets;
- b. d'une distribution de cadeaux ou de prix;
- c. d'une vente par des vendeurs mobiles dans un lieu public pouvant



2 I
a
b

09.05. - 15.05.

Winston Classic

- 10 fr.
74.- au lieu de 84.-*

Paquet: 7.40 au lieu de 8.40*

Box, 10 x 20 cigarettes

Five packs of Winston Classic cigarettes are shown. Each pack has a white label with the text: "Rauchen ist tödlich. Fumer tue. Il fumo uccide." The packs are arranged in a row, with the fifth pack slightly offset to the right.

de
ont

LA RÉVISION PROPOSÉE – ARTICLE 20

Art. 20 Restrictions du parrainage

1 Il est interdit de parrainer des événements qui se déroulent en Suisse et qui:

- a. présentent un caractère international, ou
- b. peuvent être fréquentés par des mineurs.

2 Le parrainage d'événements et activités organisés par la Confédération, par les cantons et par les communes est interdit.

LA RÉVISION PROPOSÉE – ARTICLE 20

Art. 20 Restrictions du parrainage

1 Il est interdit de parrainer  événements qui se déroulent en Suisse et qui:

- a. présentent un caractère international, ou
- b. peuvent être fréquentés par des mineurs.

2 Le parrainage d'événements et activités organisés par la Confédération, par les cantons et par les communes est interdit.

LA RÉVISION PROPOSÉE – ARTICLE 20

Art. 20 Restrictions du parrainage

1 Il est interdit de parrainer des événements qui se déroulent en Suisse et qui:

- a. présentent un caractère international, ou
- b. **peuvent être fréquentés par des mineurs.**

2 Le parrainage d'événements et activités organisés par la Confédération, par les cantons et par les communes est interdit.



Les grands festivals ne pourront plus être parrainés par les compagnies de tabac.

LA RÉVISION PROPOSÉE – ARTICLE 20

Art. 20 Restrictions du parrainage

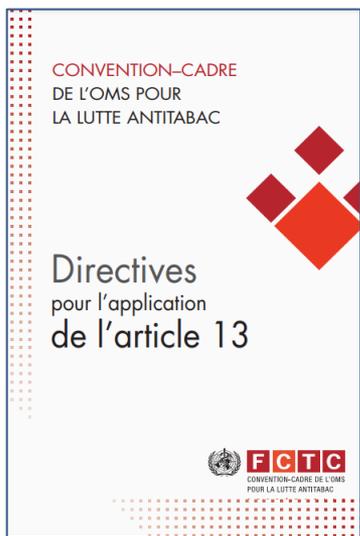
1 Il est interdit de parrainer des événements qui se déroulent en Suisse et qui:

- a. présentent un caractère international, ou
- b. **peuvent être fréquentés par des mineurs.**

2 Le parrainage d'événements et d'activités organisés par la Confédération, par les cantons et par les communes est interdit.

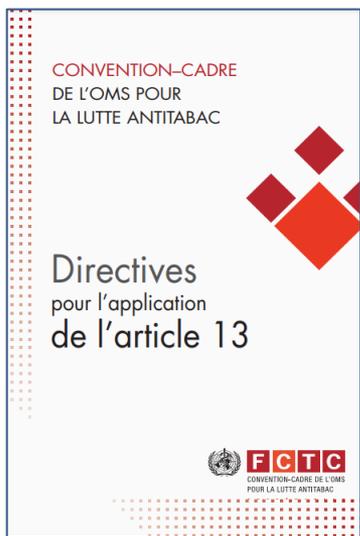


...Les cigarettiers auront toujours la possibilité d'organiser des événements en marges des festivals dont l'accès est restreint au plus de 18 ans. (Au Monteux Jazz Festival, 3 scènes séparées leurs sont réservées).



Appendice
Liste indicative (non exhaustive)
des formes de publicité en faveur
du tabac, de promotion et de
parrainage au sens de la
Convention

Formes de publicité, de promotion et de parrainage	Interdit dans Rev LPTab.
Communication par des moyens sonores, visuels ou audiovisuels :	
<ul style="list-style-type: none"> • Imprimés (y compris journaux, revues, brochures, dépliants, feuilles volantes, lettres, panneaux, affiches, signes) 	OUI
<ul style="list-style-type: none"> • Télévision et radio (y compris terrestre et par satellite) 	OUI
<ul style="list-style-type: none"> • Films, DVD, vidéos et CD, jeux (jeux sur ordinateur, jeux vidéo ou jeux en ligne) 	OUI
<ul style="list-style-type: none"> • autres moyens de communication numérique (y compris Internet et téléphones mobiles) 	OUI
<ul style="list-style-type: none"> • représentation dramatique ou autre représentation en direct 	NON
Apposition de marques commerciales, y compris dans les lieux de loisirs et les points de vente au détail, et sur des véhicules et du matériel (par exemple, par l'utilisation de couleurs ou assemblages de couleurs de la marque, de logos ou de marques de fabrique)	OUI
Présentation de produits du tabac aux points de vente	NON
Distributeurs automatiques de produits du tabac	NON
Vente de produits du tabac sur Internet	NON
Extension et échange de marques (diversification des produits)	NON
Placement de produits, c'est-à-dire inclusion d'un produit du tabac, d'un service ou d'une marque de fabrique, ou référence à un produit, service ou marque de fabrique, dans le contexte d'une communication, contre un paiement ou une autre prestation	NON
Dons ou remises de prix sur certains articles lors de l'achat de produits du tabac (par exemple porte-clés, tee-shirts, casquettes, briquets)	OUI
Fourniture d'échantillons gratuits de produits de tabac, notamment à l'occasion d'enquêtes de marché et de tests de goût	Partiellement¹
Actions promotionnelles incitatives ou de fidélisation (par exemple remise de coupons lors de l'achat de produits du tabac)	NON
Concours, associés à des produits du tabac ou à des noms de marques, indépendants ou non de l'achat d'un produit du tabac	NON
Matériel de promotion (y compris d'information) prenant pour cible directe des particuliers – par exemple courrier direct, télémarketing, enquêtes de consommateurs ou « recherches »	NON²
Promotion de produits bénéficiant de remises de prix	NON
Vente ou fourniture de jouets ou de confiseries ressemblant à des produits du tabac	NON



Appendice
 Liste indicative (non exhaustive)
 des formes de publicité en faveur
 du tabac, de promotion et de
 parrainage au sens de la
 Convention

<i>Formes de publicité, de promotion et de parrainage</i>	<i>Interdit dans Rev LPTab.</i>
Paielements ou autres contributions à des détaillants pour les encourager à vendre des produits avec des remises de prix, notamment programmes d'incitation des détaillants (avec récompenses aux détaillants qui obtiennent certains chiffres de vente)	NON
Conditionnement et caractéristiques de présentation des produits	NON
Paielement ou autre prestation en échange de la vente exclusive d'un produit déterminé ou d'un produit d'un fabricant particulier par un détaillant, lors d'une manifestation ou dans un lieu particulier, ou présentation bien visible d'un produit	NON
Vente, fourniture, placement et présentation de produits dans des établissements d'éducation ou des lieux de divertissement, lors de réceptions, d'événements sportifs, musicaux, sociaux ou artistiques	OUI³
Fourniture d'un appui financier ou autre à des manifestations, des activités, des particuliers ou des groupes (par exemple manifestations sportives ou artistiques, sportifs individuels ou équipes sportives, artistes ou groupes artistiques, organisations de bienveillance, politiciens, candidats politiques ou partis politiques) en échange ou non d'une publicité, notamment des activités commerciales de responsabilité sociale	Partiellement⁴
Fourniture d'un appui financier ou autre par l'industrie du tabac à des opérateurs dans des lieux déterminés, comme des bistros, des clubs ou des lieux de divertissement en échange de la construction ou de la rénovation de locaux pour promouvoir les produits du tabac ou l'utilisation ou la fourniture de stores ou de parasols	NON

Notes :

- 1) Est seulement interdite la fourniture d'échantillons gratuits lorsque celle-ci s'inscrit dans une opération promotionnelle ; la fourniture d'échantillons gratuits n'est pas interdite dans le cas d'enquête de marché et de tests de goût
- 2) Seul le matériel de promotion prenant directement pour cible des mineurs est interdit
- 3) Toutefois la vente, la fourniture, le placement et présentation de produits du tabac dans des lieux de divertissement, lors de réceptions, d'événements sportifs, musicaux, sociaux ou artistiques est autorisée lorsque l'accès à ces événements est réservé aux adultes
- 4) Seul le parrainage d'événements auxquels les mineurs ont accès est interdit ; le parrainage d'événements réservés aux adultes, le mécénat et les dons ne sont pas interdits

NOS COMMENTAIRES

« Même si elles expriment un effort réel pour adapter la loi dans le sens désiré par les initiants, les modifications apportées à la loi sur les produits du tabac (LPTab) dans cette révision partielle restent hélas insuffisantes et très en dessous de ce que l'on pourrait attendre dans le cadre d'une véritable politique de protection de la santé publique.

Cette révision partielle indique que la défense des intérêts économiques des compagnies de tabac continue d'empiéter sur la protection de la santé de la population suisse, et en particulier de sa jeunesse, contre les méfaits du tabagisme et l'addiction à la nicotine.»

NOS COMMENTAIRES

« Même si elles expriment un effort réel pour adapter la loi dans le sens désiré par les initiants, les modifications apportées à la loi sur les produits du tabac (LPTab) dans cette révision partielle restent hélas insuffisantes et très en dessous de ce que l'on pourrait attendre dans le cadre d'une véritable politique de protection de la santé publique.

Cette révision partielle indique que la défense des intérêts économiques des compagnies de tabac continue d'empiéter sur la protection de la santé de la population suisse, et en particulier de sa jeunesse, contre les méfaits du tabagisme et l'addiction à la nicotine.»

NOS COMMENTAIRES

« La révision partielle proposée permettra aux produits du tabac et de la nicotine de continuer d'avoir une grande visibilité publique, notamment dans les 30'000 points de vente, induisant une forte normalisation de ces produits.

La présence massive de ces produits dans la société sera assortie de l'interdiction d'achat pour les moins de 18 ans, ce qui ne peut qu'en augmenter l'attrait aux yeux des adolescents.

La révision partielle proposée permettra aussi la présence sans limite de la publicité pour le tabac dans les discothèques auxquelles les moins de 18 ans n'auront pas accès. »



À l'intérieur, il y a du fun, on est ensemble, on fait des choses risquées, ... on fume !

18

Les moins de 18 ans restent à l'extérieur, ils sont exclus

NOS COMMENTAIRES

« Dans sa version actuelle, on peut craindre que la LPTab agisse comme un renforçateur des techniques de marketing des industriels du tabac, qui exploitent au maximum la force symbolique de marqueur d'émancipation de leur produit auprès des adolescents et adolescentes. »

NOS COMMENTAIRES

« Dans sa version actuelle, on peut craindre que la LPTab agisse comme un renforceur des techniques de marketing des industriels du tabac, qui exploitent au maximum la force symbolique de marqueur d'émancipation de leur produit auprès des adolescents et adolescentes. »

NOS COMMENTAIRES

« La CCLAT oblige les États-membres à instaurer une "interdiction globale de toute publicité en faveur du tabac et de toute promotion et de tout parrainage du tabac" et non à se contenter de les "limiter".

Seuls les États-membres qui sont dans l'incapacité d'imposer une interdiction globale du fait de leur constitution ou de leurs principes constitutionnels peuvent seulement "limiter" la publicité, la promotion et le parrainage du tabac.

Ce n'est pas le cas de la Suisse. »

NOS COMMENTAIRES

« La CCLAT oblige les États-membres à instaurer une "interdiction globale de toute publicité en faveur du tabac et de toute promotion et de tout parrainage du tabac" et non à se contenter de les "limiter".

Seuls les États-membres qui sont dans l'incapacité d'imposer une interdiction globale du fait de leur constitution ou de leurs principes constitutionnels peuvent seulement "limiter" la publicité, la promotion et le parrainage du tabac.

Ce n'est pas le cas de la Suisse. »

NOS COMMENTAIRES

«La présente révision partielle ne permettra pas non plus à la Suisse de ratifier la CCLAT, à moins de renoncer à la pratique établie de mise en conformité de la législation suisse comme préalable à la ratification d'un traité international. »

NOS COMMENTAIRES

« La pandémie tabagique provoque en Suisse, année après année, et depuis des décennies, plus de morts et de maladies graves que la Covid-19 n'en a fait en 2020.

Face à un tel constat, le seul principe respectueux des droits de l'homme est : "On ne fait pas du tout de publicité pour un tel produit !"

OxySuisse propose que ce principe fondamental soit au cœur de la LPTab dans sa version révisée. »

NOS COMMENTAIRES

« Il est proposé de remplacer ces trois articles par un article unique:

Art. 18 Interdiction de la publicité, de la promotion et du parrainage

La publicité en faveur du tabac, la promotion et le parrainage du tabac sont interdits. »

Notre conclusion

	Acceptation
	Propositions de modifications / réserves
X	Remaniement en profondeur
	Refus

Réponse d'OxySuisse disponible pour téléchargement à l'adresse suivante:

<https://www.oxysuisse.ch/files/public/docs/lptab/20221130-oxysuisse-reponse-consultation-lptab-avec-annexe-rev.pdf>

AUTRES ACTIVITÉS D'OXYSUISSE

Economic and political challenges, and taxation of heated tobacco products

Pascal Diethelm

President, OxySuisse - diethelm@oxysuisse.ch

23 June 2022

The poster features a dark blue background with a grid of hexagons containing various icons: a person, a virus, a pill, a microscope, and a globe. A large globe is positioned on the right side. The text 'GENEVA SUMMER SCHOOLS' is in the top right corner. The main title 'GLOBAL HEALTH, DRUGS, POLICY AND POWER' is in large white letters. Below it, the dates '20-24 JUNE 2022' are displayed. At the bottom, there is a pink bar with the website 'unige.ch/genevasummerschools' and logos for the University of Geneva and other partners.

GENEVA
SUMMER
SCHOOLS

GLOBAL HEALTH, DRUGS, POLICY AND POWER

20-24 JUNE 2022

unige.ch/genevasummerschools

UNIVERSITÉ
DE GENÈVE

UNIVERSITÉ
DE GENÈVE

Fondation vaudoise contre l'alcoolisme (FVA)
15 septembre 2022, Lausanne

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

PARTIE 1

Pascal Diethelm
Président, OxySuisse



**CAN TOBACCO COMPANIES
BE SOCIALLY RESPONSIBLE ?**

Pascal A. Diethelm
President, OxySuisse



Business & Society S230008CR
Autumn Semester 2022
Bachelor in Management
Faculty: Dr. Bettina Palazzo

12 December 2022

Fonds de prévention du tabagisme
31 janvier 2023, Webex

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

PARTIE 1

Pascal Diethelm
Président, OxySuisse



**2023
ECtH** EUROPEAN
CONFERENCE
ON TOBACCO
OR HEALTH

MADRID APRIL 26TH-28TH

TO ACHIEVE IN 2040
**TOBACCO
FREE
GENERATION**

asociación española contra el cáncer

ECL

ECL

TnT (Transparency and Truth): a moment of truth for Switzerland?
Cédric Gummy (TPF) and Pascal Diethelm (OxySuisse)

2023 ECtH EUROPEAN CONFERENCE ON TOBACCO OR HEALTH
MADRID APRIL 26TH-28TH
TO ACHIEVE IN 2040
TOBACCO FREE GENERATION

asociación española contra el cáncer ECL

TnT (Transparency and Truth): a moment of truth for Switzerland?
Cédric Gummy (TPF) and Pascal Diethelm (OxySuisse)

Notre présentation a été acceptée sous la forme d'une présentation orale et elle figure dans le Abstract Book de la conférence. Cependant, les organisateurs ont « oublié » de la mettre dans le programme. Une même mésaventure est arrivée à plusieurs conférenciers. L'organisation de la conférence était désastreuse.

TnT (Transparency and Truth): a moment of truth for Switzerland?

Cédric Gummy¹, Pascal Diethelm²

¹Swiss Tobacco Control Fund, Bern, Switzerland, ²Oxysuisse, Geneva, Switzerland

Introduction

Despite substantial financial possibilities, Swiss tobacco control is poor and ranks second to last on both the Tobacco control scale Europe 2021 and on the Global Tobacco Industry Interference Index 2021. It is well known that major tobacco companies use Switzerland as their global sanctuary, have transformed the country's main economic trade organizations into unconditional allies and secured strong support from politicians.

In 2018, the Swiss Tobacco Control Fund (Fund) invited young people and tobacco control experts to propose innovative prevention measures. They proposed to develop Transparency and Truth (TnT), a measure aimed at debunking the actions of the tobacco and nicotine lobby to defend its commercial interests, and describing the mechanisms used to influence public health policy.

TnT is developed by two institutions and a task force of experts selected and managed by Oxysuisse.

Material and Methods

TnT consists in the development of thematic modules "describing the facts and setting the record straight on various issues where the tobacco industry does not act transparently and truthfully." Multi-thematic integration is encouraged, as messages can be mutually reinforced by connecting them with other topics (alcohol, sugar, environment).

The topics to be developed (e.g. "New products", "New marketing methods", "Violation of international laws and human rights treaties", etc.) are discussed, chosen by the task force and then developed by one or two partners. The modules should be eye-opening and attract public attention, while remaining factual and objective. Their contents are then translated into communication products adapted to different audiences, published on a dedicated website.

Results

This is a work in progress and currently two modules are available on the website. We welcome questions, support, or personal involvement from international experts to improve and strengthen the measure.

Conclusions

Effective tobacco control will only be possible in Switzerland when the influence of the tobacco industry on political decisions is stopped. It has to be fully and transparently exposed. TnT is the first governmental project ever aimed at doing exactly that, following FCTC's article 5.3. This is an important paradigm shift in Swiss tobacco control: the days of Switzerland's being a haven for the tobacco industry may be numbered.

The price of nicotine dependence: A comparison of the cost of nicotine across products in Switzerland, Germany, USA, Sweden, France and the UK, in 2019

Julian Jakob^{1,2,3}, Sandra Joss¹, Armando N. Meier⁴, Kali Tal¹, Anna Schoeni¹, Joachim Marti⁵, Pascal Diethelm⁵, Reto Auer^{1,4}

ABSTRACT

INTRODUCTION Tobacco cigarette taxes aim at reducing smoking, but smokers are still dependent on nicotine and need safe and cheap alternatives. As the costs play a role in the product chosen, we compared standardized nicotine costs across products and countries.

METHODS We gathered prices of tobacco cigarettes, heated tobacco products (HTP), pharmaceutical nicotine replacement therapy (pNRT) gums, snus, and open and closed electronic nicotine delivery systems (ENDS) in 6 countries (Switzerland, Germany, USA, Sweden, France, UK) in 2019. We compared the cost of a pack of cigarettes in Switzerland to the cost of equivalent doses of nicotine delivered by other products and across countries, normalizing to purchasing power GDP per capita to compute relative adjusted costs (RACs).

RESULTS Adjusted tobacco cigarette cost was lowest in Switzerland, Germany, and Sweden; RAC for pNRT was 1.1 in Switzerland and 1.0 in Germany. In France and the UK, RACs for cigarettes were 1.5 and 2.1, while for pNRT they were cheaper (RAC: 0.04). In Switzerland, snus/nicotine pouches were the cheapest form of nicotine delivery (RAC: 0.2), open ENDS were a low-cost option for nicotine delivery in all countries (RAC: 0.2–0.3), and HTP cost more than regular tobacco products in most countries.

CONCLUSIONS We found broad differences in costs of nicotine according to countries and products. This should be considered in future studies on smoking prevalence and in public health efforts.

AFFILIATION

- 1 Institute of Primary Health Care (BIHAM), University of Bern, Bern, Switzerland
- 2 Department of Pediatrics, University Hospital Bern, Inselspital, Bern, Switzerland
- 3 Graduate School for Health Sciences, University of Bern, Bern, Switzerland
- 4 Centre for Primary Care and Public Health (Unisanté), University of Lausanne, Lausanne, Switzerland
- 5 OxySuisse, Geneva, Switzerland

CORRESPONDENCE TO

Julian Jakob, Institute of Primary Health Care (BIHAM), University of Bern, Mittelstrasse 43, CH-3012, Bern, Switzerland.
E-mail: julian.jakob@biham.unibe.ch
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8429-3231>

KEYWORDS

health economics, smoking cessation, tobacco, nicotine replacement, health equity

Tob. Prev. Cessation 2022;8(November):42

<https://doi.org/10.18332/tpc/156052>

Received: 6 June 2022
Revised: 11 October 2022
Accepted: 25 October 2022

INTRODUCTION

In Switzerland and Germany, about 30% of the adult population smokes^{1,2}. Smokers who want to quit but are addicted to nicotine can use smoking cessation aids, such as pharmaceutical nicotine replacement therapy (pNRT, e.g. nicotine gums), that are safe and effective³, but smokers may be discouraged from taking NRT if the therapy costs more than cigarettes.

Pharmaceutical NRT prices vary across countries and only a few health systems reimburse their cost, as in France and in the UK. If pNRT cost too much, as in Switzerland or Germany, smokers may use other, potentially cheaper nicotine products like heated tobacco products (HTP), snus (traditional use in Sweden) or nicotine pouches, or electronic nicotine delivery systems (e-cigarettes or ENDS). HTP, hybrid devices that heat tobacco electronically, are heavily marketed by the

The price of nicotine dependence: A comparison of the cost of nicotine across products in Switzerland, Germany, USA, Sweden, France and the UK, in 2019

Julian Jakob^{1,2,3}, Sandra Joss¹, Armando N. Meier⁴, Kali Tal¹, Anna Schoeni¹, Joachim Marti⁵, Pascal Diethelm⁵, Reto Auer^{1,4}

ABSTRACT

INTRODUCTION Tobacco cigarette taxes aim at reducing smoking, but smokers are still dependent on nicotine and need safe and cheap alternatives. As the costs play a role in the product chosen, we compared standardized nicotine costs across products and countries.

METHODS We gathered prices of tobacco cigarettes, heated tobacco products (HTP), pharmaceutical nicotine replacement therapy (pNRT) gums, snus, and open and closed electronic nicotine delivery systems (ENDS) in 6 countries (Switzerland, Germany, USA, Sweden, France, UK) in 2019. We compared the cost of a pack of cigarettes in Switzerland to the cost of equivalent doses of nicotine delivered by other products and across countries, normalizing to purchasing power GDP per capita to compute relative adjusted costs (RACs).

RESULTS Adjusted tobacco cigarette cost was lowest in Switzerland, Germany, and Sweden; RAC for pNRT was 1.1 in Switzerland and 1.0 in Germany. In France and the UK, RACs for cigarettes were 1.5 and 2.1, while for pNRT they were cheaper (RAC: 0.04). In Switzerland, snus/nicotine pouches were the cheapest form of nicotine delivery (RAC: 0.2), open ENDS were a low-cost option for nicotine delivery in all countries (RAC: 0.2–0.3), and HTP cost more than regular tobacco products in most countries.

CONCLUSIONS We found broad differences in costs of nicotine according to countries and products. This should be considered in future studies on smoking prevalence and in public health efforts.

AFFILIATION

- 1 Institute of Primary Health Care (BIHAM), University of Bern, Bern, Switzerland
- 2 Department of Pediatrics, University Hospital Bern, Inselspital, Bern, Switzerland
- 3 Graduate School for Health Sciences, University of Bern, Bern, Switzerland
- 4 Centre for Primary Care and Public Health (Unisanté), University of Lausanne, Lausanne, Switzerland
- 5 OxySuisse, Geneva, Switzerland

CORRESPONDENCE TO

Julian Jakob, Institute of Primary Health Care (BIHAM), University of Bern, Mittelstrasse 43, CH-3012, Bern, Switzerland.
E-mail: julian.jakob@biham.unibe.ch
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8429-3231>

KEYWORDS

health economics, smoking cessation, tobacco, nicotine replacement, health equity

Tob. Prev. Cessation 2022;8(November):42

<https://doi.org/10.18332/tpc/156052>

Received: 6 June 2022
Revised: 11 October 2022
Accepted: 25 October 2022

INTRODUCTION

In Switzerland and Germany, about 30% of the adult population smokes^{1,2}. Smokers who want to quit but are addicted to nicotine can use smoking cessation aids, such as pharmaceutical nicotine replacement therapy (pNRT, e.g. nicotine gums), that are safe and effective³, but smokers may be discouraged from taking NRT if the therapy costs more than cigarettes.

Pharmaceutical NRT prices vary across countries and only a few health systems reimburse their cost, as in France and in the UK. If pNRT cost too much, as in Switzerland or Germany, smokers may use other, potentially cheaper nicotine products like heated tobacco products (HTP), snus (traditional use in Sweden) or nicotine pouches, or electronic nicotine delivery systems (e-cigarettes or ENDS). HTP, hybrid devices that heat tobacco electronically, are heavily marketed by the

ORDRE DU JOUR

1. Adoption de l'ordre du jour et élection du secrétaire de séance
2. Présentation des membres du personnel d'OxySuisse :
 - Barbara Ducry
 - Hugo Molineaux
 - Joey Ayoub
3. Adoption du procès-verbal de la précédente assemblée générale
4. Rapport d'activités 2022/2023
5. Rapport du trésorier, approbation des comptes 2022, décharge donnée au comité et au trésorier de leur gestion
6. Présentation et discussion des objectifs stratégique d'OxySuisse :
 - Continuation du projet « Transparency and Truth » sur mandat du Fonds de prévention du tabagisme
 - Révision de la loi sur les produits du tabac sur la base de l'approbation de l'initiative « Enfants sans tabac »
 - Intégration de la notion de « déterminants commerciaux de la santé » dans la stratégie d'OxySuisse
 - Participation aux activités nationales et internationales
7. Prochaines étapes, activités et réunions, en fonction de la stratégie élaborée aux points précédents
8. Renouvellement du comité
9. 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	2022	2021
	<u>CHF</u>	<u>CHF</u>
<u>ACTIF</u>		
Actifs circulants		
Liquidités	14'744.93	1'518.21
Débiteurs et travaux en cours	27'207.02	10'000.00
Actifs transitoires	1'100.80	0.00
<u>Total des actifs circulants</u>	<u>43'052.75</u>	<u>11'518.21</u>
Total de l'actif	43'052.75	11'518.21

Comptes établis par:

BS Conseils et Fiscalités SA

Olivier Butty

Directeur Général

022.920.02.26

076.563.38.61

Chemin Moise-Duboule 49

1209 Genève

OxySuisse

Genève

BILAN AU 31 décembre	2022	2021
	<u>CHF</u>	<u>CHF</u>
<u>PASSIF</u>		
Capitaux étrangers à court terme		
Créanciers, fournisseurs	5'318.50	1'051.37
Salaires à payer	10'403.30	6'964.90
TVA à payer	2'515.85	0.00
Passifs transitoires	16'400.00	500.00
<u>Total des capitaux étrangers à court terme</u>	<u>34'637.65</u>	<u>8'516.27</u>
Capitaux propres		
Capital de l'association	3'001.94	2'102.91
Résultat au bilan	5'413.16	899.03
<u>Total des capitaux propres</u>	<u>8'415.10</u>	<u>3'001.94</u>
Total du passif	43'052.75	11'518.21

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

COMPTE DE PROFITS ET PERTES	2022	2021
	<u>CHF</u>	<u>CHF</u>
Produits d'exploitation		
Chiffre d'affaires	141'954.67	0.00
Variation travaux en cours	-10'000.00	10'000.00
Subvention en nature	0.00	15'900.00
<u>Total des produits d'exploitation</u>	<u>131'954.67</u>	<u>25'900.00</u>
Charges d'exploitation		
Indemnités séance Task Force	13'631.75	0.00
Salaires et charges sociales	104'312.50	7'464.90
Salaires en nature subventionnés	0.00	15'900.00
Honoraires	3'300.00	0.00
Frais d'administration	3'443.68	500.63
Frais comité - AG	357.20	344.70
Frais campagnes	768.28	233.14
Frais congrès, formations, déplacement	614.10	437.60
<u>Total des charges d'exploitation</u>	<u>126'427.51</u>	<u>24'880.97</u>
Bénéfice d'exploitation	5'527.16	1'019.03
Produits et charges hors exploitation		
Charges financières	-114.00	-120.00
<u>Total des produits et charges hors exploitation</u>	<u>-114.00</u>	<u>-120.00</u>
Bénéfice de l'exercice	5'413.16	899.03

ORDRE DU JOUR

1. Adoption de l'ordre du jour et élection du secrétaire de séance
2. Présentation des membres du personnel d'OxySuisse :
 - Barbara Ducry
 - Hugo Molineaux
 - Joey Ayoub
3. Adoption du procès-verbal de la précédente assemblée générale
4. Rapport d'activités 2022/2023
5. Rapport du trésorier, approbation des comptes 2022, décharge donnée au comité et au trésorier de leur gestion
6. Présentation et discussion des objectifs stratégique d'OxySuisse :
 - Continuation du projet « Transparency and Truth » sur mandat du Fonds de prévention du tabagisme
 - Révision de la loi sur les produits du tabac sur la base de l'approbation de l'initiative « Enfants sans tabac »
 - Intégration de la notion de « déterminants commerciaux de la santé » dans la stratégie d'OxySuisse
 - Participation aux activités nationales et internationales
7. Prochaines étapes, activités et réunions, en fonction de la stratégie élaborée aux points précédents
8. Renouvellement du comité
9. Divers

ORDRE DU JOUR

1. Adoption de l'ordre du jour et élection du secrétaire de séance
2. Présentation des membres du personnel d'OxySuisse :
 - Barbara Ducry
 - Hugo Molineaux
 - Joey Ayoub
3. Adoption du procès-verbal de la précédente assemblée générale
4. Rapport d'activités 2022/2023
5. Rapport du trésorier, approbation des comptes 2022, décharge donnée au comité et au trésorier de leur gestion
6. **Présentation et discussion des objectifs stratégique d'OxySuisse :**
 - Continuation du projet « Transparency and Truth » sur mandat du Fonds de prévention du tabagisme
 - Révision de la loi sur les produits du tabac sur la base de l'approbation de l'initiative « Enfants sans tabac »
 - Intégration de la notion de « déterminants commerciaux de la santé » dans la stratégie d'OxySuisse
 - Participation aux activités nationales et internationales
7. Prochaines étapes, activités et réunions, en fonction de la stratégie élaborée aux points précédents
8. Renouvellement du comité
9. Divers

ORDRE DU JOUR

1. Adoption de l'ordre du jour et élection du secrétaire de séance
2. Présentation des membres du personnel d'OxySuisse :
 - Barbara Ducry
 - Hugo Molineaux
 - Joey Ayoub
3. Adoption du procès-verbal de la précédente assemblée générale
4. Rapport d'activités 2022/2023
5. Rapport du trésorier, approbation des comptes 2022, décharge donnée au comité et au trésorier de leur gestion
6. Présentation et discussion des objectifs stratégique d'OxySuisse :
 - Continuation du projet « Transparency and Truth » sur mandat du Fonds de prévention du tabagisme
 - Révision de la loi sur les produits du tabac sur la base de l'approbation de l'initiative « Enfants sans tabac »
 - Intégration de la notion de « déterminants commerciaux de la santé » dans la stratégie d'OxySuisse
 - Participation aux activités nationales et internationales
7. Prochaines étapes, activités et réunions, en fonction de la stratégie élaborée aux points précédents
8. Renouvellement du comité
9. Divers

ORDRE DU JOUR

1. Adoption de l'ordre du jour et élection du secrétaire de séance
2. Présentation des membres du personnel d'OxySuisse :
 - Barbara Ducry
 - Hugo Molineaux
 - Joey Ayoub
3. Adoption du procès-verbal de la précédente assemblée générale
4. Rapport d'activités 2022/2023
5. Rapport du trésorier, approbation des comptes 2022, décharge donnée au comité et au trésorier de leur gestion
6. Présentation et discussion des objectifs stratégique d'OxySuisse :
 - Continuation du projet « Transparency and Truth » sur mandat du Fonds de prévention du tabagisme
 - Révision de la loi sur les produits du tabac sur la base de l'approbation de l'initiative « Enfants sans tabac »
 - Intégration de la notion de « déterminants commerciaux de la santé » dans la stratégie d'OxySuisse
 - Participation aux activités nationales et internationales
7. Prochaines étapes, activités et réunions, en fonction de la stratégie élaborée aux points précédents
8. Renouvellement du comité
9. Divers

ORDRE DU JOUR

1. Adoption de l'ordre du jour et élection du secrétaire de séance
2. Présentation des membres du personnel d'OxySuisse :
 - Barbara Ducry
 - Hugo Molineaux
 - Joey Ayoub
3. Adoption du procès-verbal de la précédente assemblée générale
4. Rapport d'activités 2022/2023
5. Rapport du trésorier, approbation des comptes 2022, décharge donnée au comité et au trésorier de leur gestion
6. Présentation et discussion des objectifs stratégique d'OxySuisse :
 - Continuation du projet « Transparency and Truth » sur mandat du Fonds de prévention du tabagisme
 - Révision de la loi sur les produits du tabac sur la base de l'approbation de l'initiative « Enfants sans tabac »
 - Intégration de la notion de « déterminants commerciaux de la santé » dans la stratégie d'OxySuisse
 - Participation aux activités nationales et internationales
7. Prochaines étapes, activités et réunions, en fonction de la stratégie élaborée aux points précédents
8. Renouvellement du comité
9. Divers

DÉTERMINANTS COMMERCIAUX DE LA SANTÉ

Qu'est-ce que les «déterminants commerciaux de la santé» ?

Les déterminants commerciaux de la santé sont les activités du secteur privé qui affectent la santé des personnes, directement ou indirectement, de manière positive ou négative.

Le secteur privé influence les environnements social, physique et culturel par le biais d'actions commerciales et d'engagements sociétaux ; par exemple, les chaînes d'approvisionnement, les conditions de travail, la conception et l'emballage des produits, le financement de la recherche, le lobbying, le façonnage des préférences, etc.

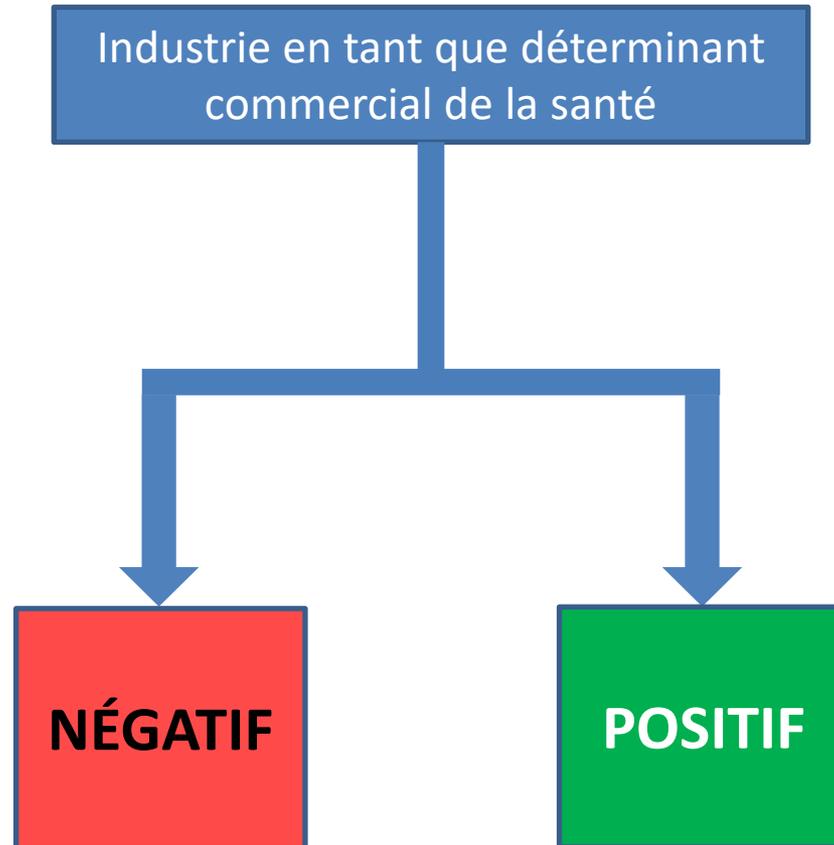
DÉTERMINANTS COMMERCIAUX DE LA SANTÉ

Qu'est-ce que les «déterminants commerciaux de la santé» ?

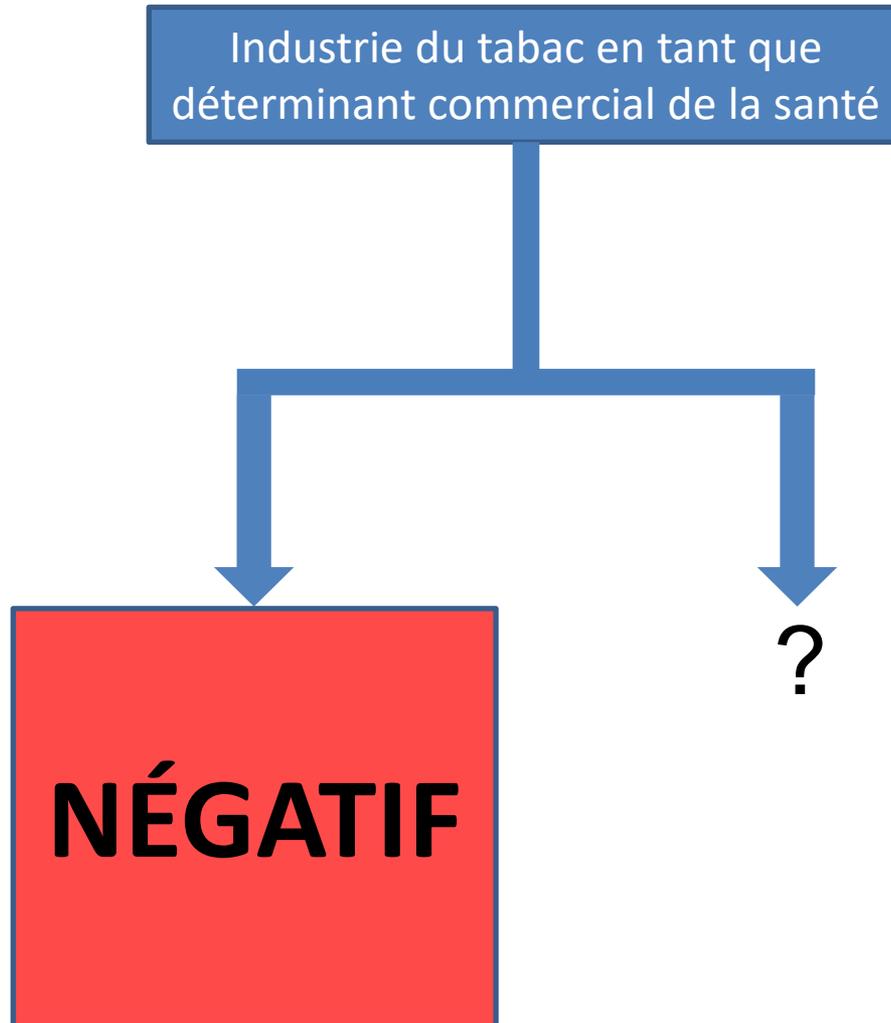
Les déterminants commerciaux de la santé ont une incidence sur un large éventail de facteurs de risque, notamment le tabagisme, la pollution atmosphérique, la consommation d'alcool, l'obésité et la sédentarité, et sur les résultats en matière de santé, tels que les maladies non transmissibles, les maladies transmissibles et les épidémies, les accidents de la route et les blessures causées par des armes, la violence et les troubles de la santé mentale.

Les déterminants commerciaux de la santé touchent tout le monde, mais les jeunes sont particulièrement exposés, et les produits de base malsains aggravent les inégalités économiques, sociales et raciales préexistantes. Certains pays et régions, comme les petits États insulaires en développement et les pays à revenu faible ou intermédiaire, sont soumis à une pression plus forte de la part des acteurs transnationaux.

DÉTERMINANTS COMMERCIAUX DE LA SANTÉ

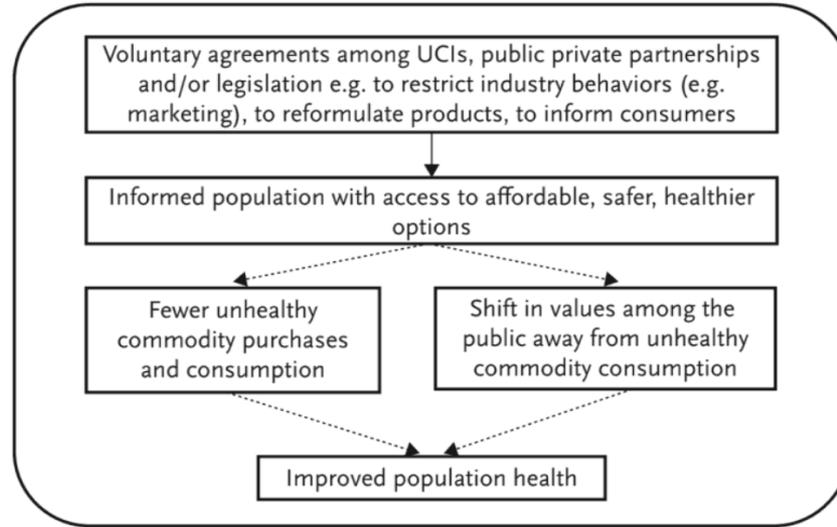


DÉTERMINANTS COMMERCIAUX DE LA SANTÉ



DÉTERMINANTS COMMERCIAUX DE LA SANTÉ

(a)



(b)

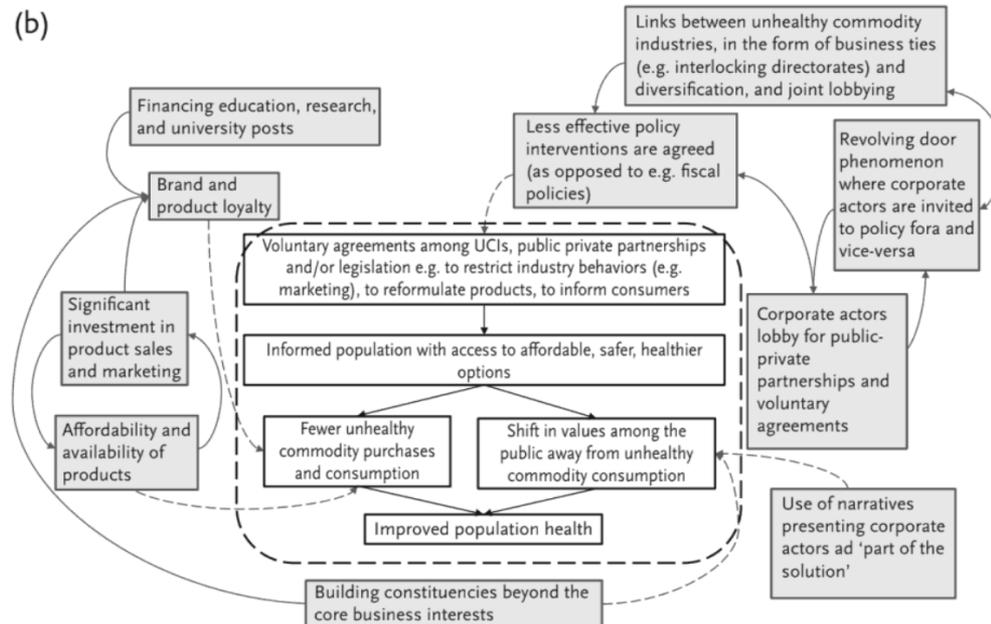


Figure 2.1 Demonstrating differences between linear (a) and systems (b) thinking in approaching commercial determinants of health through the example of voluntary agreements between unhealthy commodity industries (UCIs) and governments.

ORDRE DU JOUR

1. Adoption de l'ordre du jour et élection du secrétaire de séance
2. Présentation des membres du personnel d'OxySuisse :
 - Barbara Ducry
 - Hugo Molineaux
 - Joey Ayoub
3. Adoption du procès-verbal de la précédente assemblée générale
4. Rapport d'activités 2022/2023
5. Rapport du trésorier, approbation des comptes 2022, décharge donnée au comité et au trésorier de leur gestion
6. Présentation et discussion des objectifs stratégique d'OxySuisse :
 - Continuation du projet « Transparency and Truth » sur mandat du Fonds de prévention du tabagisme
 - Révision de la loi sur les produits du tabac sur la base de l'approbation de l'initiative « Enfants sans tabac »
 - Intégration de la notion de « déterminants commerciaux de la santé » dans la stratégie d'OxySuisse
 - Participation aux activités nationales et internationales
7. Prochaines étapes, activités et réunions, en fonction de la stratégie élaborée aux points précédents
8. Renouvellement du comité
9. Divers

ORDRE DU JOUR

1. Adoption de l'ordre du jour et élection du secrétaire de séance
2. Présentation des membres du personnel d'OxySuisse :
 - Barbara Ducry
 - Hugo Molineaux
 - Joey Ayoub
3. Adoption du procès-verbal de la précédente assemblée générale
4. Rapport d'activités 2022/2023
5. Rapport du trésorier, approbation des comptes 2022, décharge donnée au comité et au trésorier de leur gestion
6. Présentation et discussion des objectifs stratégique d'OxySuisse :
 - Continuation du projet « Transparency and Truth » sur mandat du Fonds de prévention du tabagisme
 - Révision de la loi sur les produits du tabac sur la base de l'approbation de l'initiative « Enfants sans tabac »
 - Intégration de la notion de « déterminants commerciaux de la santé » dans la stratégie d'OxySuisse
 - Participation aux activités nationales et internationales
7. Prochaines étapes, activités et réunions, en fonction de la stratégie élaborée aux points précédents
8. Renouvellement du comité
9. Divers

ORDRE DU JOUR

1. Adoption de l'ordre du jour et élection du secrétaire de séance
2. Présentation des membres du personnel d'OxySuisse :
 - Barbara Ducry
 - Hugo Molineaux
 - Joey Ayoub
3. Adoption du procès-verbal de la précédente assemblée générale
4. Rapport d'activités 2022/2023
5. Rapport du trésorier, approbation des comptes 2022, décharge donnée au comité et au trésorier de leur gestion
6. Présentation et discussion des objectifs stratégique d'OxySuisse :
 - Continuation du projet « Transparency and Truth » sur mandat du Fonds de prévention du tabagisme
 - Révision de la loi sur les produits du tabac sur la base de l'approbation de l'initiative « Enfants sans tabac »
 - Intégration de la notion de « déterminants commerciaux de la santé » dans la stratégie d'OxySuisse
 - Participation aux activités nationales et internationales
7. Prochaines étapes, activités et réunions, en fonction de la stratégie élaborée aux points précédents
8. **Renouvellement du comité**
9. Divers

COMITÉ D'OXYSUISSE

<i>Fonction</i>	<i>NOM Prénom</i>	<i>Canton</i>	<i>Rôle</i>
Président	DIETHELM Pascal	GE	(Membre fondateur d'OxySuisse; membre fondateur du Comité d'initiative genevois)
Vice-président	DUBUIS Alexandre	VS	(Représentant du Cipret Valais)
Trésorier	BILL Werner	VD	(Membre fondateur)
Secrétaire	CLAUDE Roger	VD	(Membre fondateur du Comité d'initiative vaudois)
Délégué OxyFribourg	CHAPALAY Michel	FR	(Président du Comité d'initiative fribourgeois)
Délégué OxyGenève	HUMAIR Jean-Paul	GE	(Représentant Cipret Genève)
Déléguée OxyNeuchâtel	CHISHOLM Carol	NE	(Présidente du Comité d'initiative neuchâtelois)
Délégué OxyVaud	DELAUNAY Yorick	VD	(Membre fondateur du Comité d'initiative vaudois)
Déléguée OxyVaud	BILLARD Ode	VD	
Délégué OxyVaud	LEBON Luc	VD	(Représentant Unisanté)
Déléguée OxyVaud	ZÜRCHER Karin	VD	(Représentante Unisanté)

ORDRE DU JOUR

1. Adoption de l'ordre du jour et élection du secrétaire de séance
2. Présentation des membres du personnel d'OxySuisse :
 - Barbara Ducry
 - Hugo Molineaux
 - Joey Ayoub
3. Adoption du procès-verbal de la précédente assemblée générale
4. Rapport d'activités 2022/2023
5. Rapport du trésorier, approbation des comptes 2022, décharge donnée au comité et au trésorier de leur gestion
6. Présentation et discussion des objectifs stratégique d'OxySuisse :
 - Continuation du projet « Transparency and Truth » sur mandat du Fonds de prévention du tabagisme
 - Révision de la loi sur les produits du tabac sur la base de l'approbation de l'initiative « Enfants sans tabac »
 - Intégration de la notion de « déterminants commerciaux de la santé » dans la stratégie d'OxySuisse
 - Participation aux activités nationales et internationales
7. Prochaines étapes, activités et réunions, en fonction de la stratégie élaborée aux points précédents
8. Renouvellement du comité
9. Divers



