Assemblée générale 2023/2024

Lausanne, 11 juin 2024
Période mai 2023 – mai 2024

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. Présentation des membres du personnel d'OxySuisse :
   - Michela Canevascini (proposée au poste de directrice d'OxySuisse)
   - Hugo Molineaux
   - Esther Kleinhage
   - Barbara Ducry

   Explications sur la situation du président en tant que salarié de l'association à la demande du Fonds de prévention du tabagisme (aspects légaux).
   Approbation de la nomination de Michela Canevascini au poste de directrice d'OxySuisse.
4. Rapport d'activités 2023/2024
5. Rapport du trésorier, approbation des comptes 2023, décharge donnée au comité et au trésorier de leur gestion
6. Présentation et discussion des projets en cours et à venir d'OxySuisse
   - Continuation du projet « Transparency and Truth » (TnT) sur mandat du Fonds de prévention du tabagisme (nouveau mandat) – Dossiers thématiques réalisés et dossiers en cours ; exploitation médiatique de ces dossiers
   - «Tabac et droits humains en Suisse» – Actions envisagées par OxySuisse
   - Participation d'OxySuisse aux activités nationales et internationales
7. Modification des statuts d'OxySuisse – Ouverture de la discussion (pourquoi, quelles modifications, quand)
8. Renouvellement du comité
9. Divers

Ont demandé d'être excusés:

- Michel Chapalay
- Barbara Ducry
- Vivienne Duppenthaler
- Laurence Fehlmann-Rielle
- Alice Grainger-Gasser
- Esther Kleinhage
- Evelyne Lazlo
- 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. Adoption du procès-verbal de la précédente assemblée générale
3. Présentation des membres du personnel d'OxySuisse :
   - Michela Canevascini (proposée au poste de directrice d'OxySuisse)
   - Hugo Molineaux
   - Esther Kleinhage
   - Barbara Ducry

   Explications sur la situation du président en tant que salarié de l'association à la demande du Fonds de prévention du tabagisme (aspects légaux).
   Approbation de la nomination de Michela Canevascini au poste de directrice d'OxySuisse.
4. Rapport d'activités 2023/2024
5. Rapport du trésorier, approbation des comptes 2023, décharge donnée au comité et au trésorier de leur gestion
6. Présentation et discussion des projets en cours et à venir d'OxySuisse
   - Continuation du projet « Transparency and Truth » (TnT) sur mandat du Fonds de prévention du tabagisme (nouveau mandat) – Dossiers thématiques réalisés et dossiers en cours ; exploitation médiatique de ces dossiers
   - «Tabac et droits humains en Suisse» – Actions envisagées par OxySuisse
   - Participation d'OxySuisse aux activités nationales et internationales
7. Modification des statuts d'OxySuisse – Ouverture de la discussion (pourquoi, quelles modifications, quand)
8. Renouvellement du comité
9. 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. Présentation des membres du personnel d'OxySuisse :
   - Michela Canevascini (proposée au poste de directrice d'OxySuisse)
   - Hugo Molineaux
   - Esther Kleinhage
   - Barbara Ducry

   Explications sur la situation du président en tant que salarié de l'association à la demande du Fonds de prévention du tabagisme (aspects légaux).
   Approbation de la nomination de Michela Canevascini au poste de directrice d'OxySuisse.
4. Rapport d'activités 2023/2024
5. Rapport du trésorier, approbation des comptes 2023, décharge donnée au comité et au trésorier de leur gestion
6. Présentation et discussion des projets en cours et à venir d'OxySuisse
   - Continuation du projet « Transparency and Truth » (TnT) sur mandat du Fonds de prévention du tabagisme (nouveau mandat) – Dossiers thématiques réalisés et dossiers en cours ; exploitation médiatique de ces dossiers
   - «Tabac et droits humains en Suisse» – Actions envisagées par OxySuisse
   - Participation d'OxySuisse aux activités nationales et internationales
7. Modification des statuts d'OxySuisse – Ouverture de la discussion (pourquoi, quelles modifications, quand)
8. Renouvellement du comité
9. 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. **Présentation des membres du personnel d'OxySuisse :**
   - Michela Canevascini (proposée au poste de directrice d'OxySuisse)
   - Hugo Molineaux
   - Esther Kleinhage
   - Barbara Ducry

   Explications sur la situation du président en tant que salarié de l'association à la demande du Fonds de prévention du tabagisme (aspects légaux).
   Approbation de la nomination de Michela Canevascini au poste de directrice d'OxySuisse.
4. Rapport d'activités 2023/2024
5. Rapport du trésorier, approbation des comptes 2023, décharge donnée au comité et au trésorier de leur gestion
6. Présentation et discussion des projets en cours et à venir d'OxySuisse
   - Continuation du projet « Transparency and Truth » (TnT) sur mandat du Fonds de prévention du tabagisme (nouveau mandat) – Dossiers thématiques réalisés et dossiers en cours ; exploitation médiatique de ces dossiers
   - «Tabac et droits humains en Suisse» – Actions envisagées par OxySuisse
   - Participation d'OxySuisse aux activités nationales et internationales
7. Modification des statuts d'OxySuisse – Ouverture de la discussion (pourquoi, quelles modifications, quand)
8. Renouvellement du comité
9. 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. Présentation des membres du personnel d'OxySuisse :
   - Michela Canevascini (proposée au poste de directrice d'OxySuisse)
   - Hugo Molineaux
   - Esther Kleinhage
   - Barbara Ducry

   Explications sur la situation du président en tant que salarié de l'association à la demande du Fonds de prévention du tabagisme (aspects légaux).

   Approbation de la nomination de Michela Canevascini au poste de directrice d'OxySuisse.
4. Rapport d'activités 2023/2024
5. Rapport du trésorier, approbation des comptes 2023, décharge donnée au comité et au trésorier de leur gestion
6. Présentation et discussion des projets en cours et à venir d'OxySuisse
   - Continuation du projet « Transparency and Truth » (TnT) sur mandat du Fonds de prévention du tabagisme (nouveau mandat) – Dossiers thématiques réalisés et dossiers en cours ; exploitation médiatique de ces dossiers
   - «Tabac et droits humains en Suisse» – Actions envisagées par OxySuisse
   - Participation d'OxySuisse aux activités nationales et internationales
7. Modification des statuts d'OxySuisse – Ouverture de la discussion (pourquoi, quelles modifications, quand)
8. Renouvellement du comité
9. 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. Présentation des membres du personnel d'OxySuisse :
   - Michela Canevascini (proposée au poste de directrice d'OxySuisse)
   - Hugo Molineaux
   - Esther Kleinhage
   - Barbara Ducry

   Explications sur la situation du président en tant que salarié de l'association à la demande du Fonds de prévention du tabagisme (aspects légaux).

   Approbation de la nomination de Michela Canevascini au poste de directrice d'OxySuisse.
4. Rapport d'activités 2023/2024
5. Rapport du trésorier, approbation des comptes 2023, décharge donnée au comité et au trésorier de leur gestion
6. Présentation et discussion des projets en cours et à venir d'OxySuisse
   - Continuation du projet « Transparency and Truth » (TnT) sur mandat du Fonds de prévention du tabagisme (nouveau mandat) – Dossiers thématiques réalisés et dossiers en cours ; exploitation médiatique de ces dossiers
   - «Tabac et droits humains en Suisse» – Actions envisagées par OxySuisse
   - Participation d'OxySuisse aux activités nationales et internationales
7. Modification des statuts d'OxySuisse – Ouverture de la discussion (pourquoi, quelles modifications, quand)
8. Renouvellement du comité
9. 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. Présentation des membres du personnel d'OxySuisse :
   - Michela Canevascini (proposée au poste de directrice d'OxySuisse)
   - Hugo Molineaux
   - Esther Kleinhage
   - Barbara Ducry

   Explications sur la situation du président en tant que salarié de l'association à la demande du Fonds de prévention du tabagisme (aspects légaux).
   Approbation de la nomination de Michela Canevascini au poste de directrice d'OxySuisse.
4. **Rapport d'activités 2023/2024**
5. Rapport du trésorier, approbation des comptes 2023, décharge donnée au comité et au trésorier de leur gestion
6. Présentation et discussion des projets en cours et à venir d'OxySuisse
   - Continuation du projet « Transparency and Truth » (TnT) sur mandat du Fonds de prévention du tabagisme (nouveau mandat) – Dossiers thématiques réalisés et dossiers en cours ; exploitation médiatique de ces dossiers
   - «Tabac et droits humains en Suisse» – Actions envisagées par OxySuisse
   - Participation d'OxySuisse aux activités nationales et internationales
7. Modification des statuts d'OxySuisse – Ouverture de la discussion (pourquoi, quelles modifications, quand)
8. Renouvellement du comité
9. Divers

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2023/2024

Transparency
and Truth

PROJET « TRANSPARENCY AND TRUTH » (TnT)

Transparency and Truth

Projet attribué par mandat à OxySuisse
par le Fonds de prévention du tabagisme.

Cahier des charges TnT:

« 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*. »

1ère phase, de février 2022 à décembre 2023:
mission remplie

Transparency and Truth

OxySuisse - Projet TnT
Situation au 31 décembre 2023

Date du paiement	Libellé	Dépense effectuée ou à venir	Dépenses cumulées	Solde
	État des dépenses du 01-02-2022 (début du projet) au 31-12-2023			
26/01/2022	Contrat entre le FPT et OxySuisse			561'024.00
07/02/2022	Facture TNT-2112 du 07-02-2022	24'878.70	24'878.70	536'145.30
10/06/2022	Facture TNT-2201 du 10-05-2022	23'715.54	48'594.24	512'429.76
18/08/2022	Facture TNT-2202 du 18-07-2022	26'423.66	75'017.90	486'006.10
05/09/2022	Facture TNT-2203 du 18-08-2022	9'430.05	84'447.95	476'576.05
25/10/2022	Facture TNT-2204 du 26-09-2022	10'964.88	95'412.83	465'611.17
01/11/2022	Facture TNT-2205 du 03-10-2022	14'164.11	109'576.94	451'447.06
19/12/2022	Facture TNT-2206 du 16-11-2022	13'273.31	122'850.25	438'173.75
04/01/2023	Facture TNT-2207 du 08-12-2022	12'665.83	135'516.08	425'507.92
18/01/2023	Facture TNT-2208 du 23-12-2022	14'541.19	150'057.27	410'966.73
10/03/2023	Facture TNT-2301 du 06-02-2023	49'351.64	199'408.91	361'615.09
14/04/2023	Facture TNT-2302 du 19-03-2023	28'625.97	228'034.88	332'989.12
10/05/2023	Facture TNT-2303 du 14-04-2023	10'072.77	238'107.65	322'916.35
14/06/2023	Facture TNT-2304 du 10-05-2023	68'694.25	306'801.90	254'222.10
12/07/2023	Facture TNT-2305 du 13-06-2023	25'140.29	331'942.19	229'081.81
28/07/2023	Facture TNT-2306 du 30-06-2023	14'630.18	346'572.37	214'451.63
08/09/2023	Facture TNT-2307 du 11-08-2023	12'062.08	358'634.45	202'389.55
24/10/2023	Facture TNT-2308 du 25-09-2023	11'622.61	370'257.06	190'766.94
07/11/2023	Facture TNT-2309 du 08-10-2023	11'395.47	381'652.53	179'371.47
06/12/2023	Facture TNT-2310 du 09-11-2023	15'626.87	397'279.40	163'744.60
05/01/2024	Facture TNT-2311 du 05-12-2023	14'865.13	412'144.53	148'879.47
29/01/2024	Facture TNT-2312 du 29-12-2023	59'055.63	456'335.03	104'688.97
31/12/2023	Total dépenses réalisées		456'335.03	104'688.97
	Activités du projet TnT à facturer en 2024 (non facturées en 2023)			
	Dossier #6 (Parrainage)	43'080.00	499'415.03	61'608.97
	Dossier #7 (L'engagement de PM pour un monde sans fumée)	21'540.00	520'955.03	40'068.97
	Dossier #9 (Recherche de l'UZH pour PMI)	64'620.00	585'575.03	-24'551.03
31/12/2023	Total des activités à facturer en 2024	129'240.00	585'575.03	-24'551.03
31/12/2023	Solde			**-24'551.03**

Transparency and Truth

Projet attribué par mandat à OxySuisse
par le Fonds de prévention du tabagisme.

2ème phase, de janvier 2024 à décembre 2025:
phase lancée par le FPT, contrat en préparation

Transparency and Truth

Activités liées au projet TnT

- Ressources humaines engagées:
  - Michela Canevascini, directrice-adjointe du projet TnT, entre en fonction le 1er février 2024 à 70%
  - Hugo Molineaux, chercheur documentaliste: fin de son premier engagement, le 31 juillet 2023, réengagé dans la même fonction le 1er février 2024 à 40% et à 80% à partir du 1er avril 2024
  - Joey Ayoub, chercheur documentaliste: fin du contrat le 31 octobre 2023
  - Barbara Ducry, chercheuse documentaliste : continuation de son contrat à 10% en 2024
  - Esther Kleinhage, collaboratrice scientifique et rédactionnelle: engagée le 25 mars 2024, rémunérée sur la base d'un taux horaire brut
- Task Force TnT
  - Cinquième réunion le 7 juin 2023, campus Liebefeld (OFSP), BE; 17 participants
  - Sixième réunion le 20 novembre 2023, par visio-conférence; 15 participants
  - Septième réunion le 11 juin 2024, à Lausanne (Alpha Palmier), VD;

No.	Thème	Titre	Auteur	Organi-sation	État
1	**Greenwashing**	Utilisation des cendriers de poche par l'industrie du tabac : opération d'externalisation des responsabilités, d'écoblanchiment, de préemption réglementaire et de marketing	Pascal Diethelm	OxySuisse	Publié (sans communi-cation)
2	**Marketing**	Nouvelles formes de marketing : promotion des nouveaux produits du tabac et de la nicotine sur les réseaux sociaux	Cathy Berthouzoz, Jérémy Cros	Unisanté et PSV	Publié 31 mai 2024
3	**Nouveaux produits**	Rôle des nouveaux produits du tabac et de la nicotine dans la stratégie commerciale de l'industrie du tabac	Sarah Caillet	Unisanté	Terminé, pas encore publié
4	**Droits humains**	Instrumentalisation de la notion de droits de l'homme par les multinationales du tabac, avec l'accent mis sur le cas de la Suisse	Chris Bostic, Pascal Diethelm, Laurent Huber, Kelsey Romeo-Stuppy, Luciano Ruggia	ASH	Terminé, pas encore publié
5	**Mesures volontaires**	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	Hugo Molineaux	OxySuisse	Terminé, pas encore publié

No.	Thème	Titre	Auteur	Organi-sation	État
6	**Parrainage**	Parrainage des organisations culturelles et contribution aux organisations de bienfaisance par l'industrie du tabac	Hugo Molineaux	AT Suisse	Terminé, en cours de publication
7	**Monde sans fumée**	L'engagement de Philip Morris International pour un monde sans fumée: yet another smokescreen ?	Hugo Molineaux	AT Suisse	Terminé, pas encore publié
8	**Rhétorique**	La rhétorique et les sophismes utilisés par l'industrie du tabac dans sa communication publique et interne	Hugo Molineaux	OxySuisse	Terminé, pas encore publié
9	**Affaire UZH-PMI**	Ingérence dans la recherche scientifique: l'affaire du contrat entre l'UZH et PMI sur l'effet du paquet neutre en Australie	Pascal Diethelm	OxySuisse	Publié (février 2024)
10	**Economie**	Le poids économique réel du secteur du tabac en Suisse	?	?	Pas encore attribué
11	**Tabac-Climat**	Tactiques et rhétorique utilisées par les anti-climat et les pro-tabac	Hugo Molineaux	OxySuisse	En cours
12	**For adults only**	« For adults only » - Comment le marketing de l'industrie du tabac cible les adolescents	Barbara Ducry	OxySuisse	Terminé, pas encore publié

Transparency and Truth

SITE TNT

transparencyandtruth.ch

(développé par Médecine & Hygiène, GE)

Transparency and Truth

en fr de it

Dossier #1

Greenwashing

When it seems that the smoker is the only one polluting

It's undeniable: the best way to address pollution is to treat it at the source. So, how to reduce the 24 million tons of solid waste (to mention just one of many environmental impacts) produced each year by the tobacco industry? The answer is to reduce the prevalence of smoking. However, the tobacco industry systematically resists this approach.

Discover the facts

Transparency and Truth

en fr de it

Dossier #2

UZH - PMI affair

Science for profit : How the University of Zurich sacrificed academic freedom for the benefit of a tobacco company

In 2012, Australia plays a pioneering role in smoking prevention, becoming the first country to introduce plain packaging for cigarettes. Fearing that this example would spread like wildfire, the tobacco industry, led by Philip Morris, launches a worldwide campaign against the measure, using every means at its disposal.

Discover the facts

Transparency and Truth

en fr de it

Dossier #3

Marketing

The tobacco and nicotine industry is utilising social networks to circumvent advertising bans and tap new markets

This study explores the many new marketing methods, including the vast social network field, which offer the tobacco corporations countless opportunities to promote their products while aiming them at everyone – adolescents and non-smokers included.

Discover the facts

Dossier #3

Marketing

The tobacco and nicotine industry is utilising social networks to circumvent advertising bans and tap new markets

In a presentation aimed at influencers enlisted to help promote its new smoke-free products, Philip Morris warns: "Since the law is set up to prevent tobacco companies from promoting their products on social media, [...], you'll always be walking through a minefield of sorts." This study explores the many new marketing methods, including the vast social network field, which offer the tobacco corporations countless opportunities to promote their products while aiming them at everyone – adolescents and non-smokers included. The manufacturers are utilising such platforms to circumvent the law in countries which prohibit tobacco advertising *of any kind*. It's hazy and hazardous territory, though. Anyone caught promoting such products to an excessively obvious degree will be doing so at their own risk: the tobacco industry has long been adept at passing its responsibilities on to others.

Share

Pascal Diethelm
OxySuisse President

Report OxySuisse #3 - Marketing

Transparency
and Truth

AFFAIRE UZH-PMI

30 janvier 2015

« Le droit de respirer un air de qualité non pollué par les émanations toxiques du tabac est aussi légitime que celui de disposer d'une eau potable. »

OxyRomandie

Prof. Dr. Michael Hengartner
Rector
University of Zürich
Künstlergasse 15
8001 Zürich

Geneva, 29 January 2015

Request for retraction of two papers published on UZH website

Dear Prof. Dr Hengartner,

On behalf of my association, OxyRomandie, I am writing to you to request the retraction of the following two papers which are published on the website of the University of Zürich:

- Kaul A and Wolf M. The (Possible) Effect of Plain Packaging on the Smoking Prevalence of Minors in Australia: A Trend Analysis. University of Zurich Department of Economics Working Paper Series. May 2014; Available from: http://www.econ.uzh.ch/static/workingpapers.php?id=828
- Kaul A and Wolf M. The (Possible) Effect of Plain Packaging on Smoking Prevalence in Australia: A Trend Analysis. University of Zurich Department of Economics Working Paper. June 2014. Series. Available from: http://www.econ.uzh.ch/static/workingpapers.php?id=844

You will see in the Annex the list of errors which we have identified with these two papers. They are extremely serious. Taken individually, most of them are sufficient to invalidate the findings of the papers. Collectively, they are damning. We also document in the Annex some serious issues which throw further doubt about the credibility and integrity of the science involved in their preparation.

The publication of these two papers, which were funded and supervised by tobacco multinational Philip Morris, occurs at a critical time when a number of countries are considering the adoption of plain packaging, a smoking prevention measure recommended by the WHO Framework Convention on Tobacco Control[1]. A few days ago, the UK Government announced that it would proceed with plain packaging legislation and a vote will be taken in the UK parliament before May of this year.

The tobacco multinationals present these two papers as key pieces of scientific evidence that plain packaging is not effective, in their effort to counter the public health policy of these countries. They take advantage of the authority conferred to these papers by the fact that they are published by the University of Zürich. For instance, in its response to the UK Department of

[1] The WHO/FCTC is a UN treaty dedicated to public health, which currently comprises 180 Parties

OxyRomandie - 2, rue de la Fontaine CH-1204 Genève
www.oxyromandie.ch - CCP 17-729996-9

12/23/23, 5:02 PM OxyRomandie demande à l'Université de Zürich de rétracter deux articles scientifiques | OxySuisse

OxySuisse

« Pour une Suisse sans tabac »

Accueil » OxyRomandie demande à l'Université de Zürich de rétracter deux articles scientifiques

OxyRomandie demande à l'Université de Zürich de rétracter deux articles scientifiques

Link to the letter of OxyRomandie to the president of the University of Zürich

Link to the Annex to OxyRomandie's letter (delailed list of errors and issues in Kaul and Wolf's papers)

Genève, le 30 janvier 2015 - OxyRomandie a adressé aujourd'hui une lettre au recteur de l'Université de Zürich pour demander la rétraction de deux articles publiés il y a quelques mois sur le site Internet de la Faculté d'économie de l'université. Ces deux articles, rédigés par les professeurs M. Wolf de l'Université de Zürich et A. Kaul de l'Université de Sarland (Allemagne), concluent de façon erronée et trompeuse que l'introduction du paquet de cigarettes neutre (ou standardisé) en Australie n'a pas contribué à réduire le nombre de fumeurs dans ce pays.

Ces études ont été financées par Philip Morris International et ont été réalisées dans le cadre d'un contrat confidentiel (et non révélé à ce jour) entre le cigarettier et l'Université de Zürich. Leurs résultats sont utilisés par les multinationales du tabac comme preuve que le paquet neutre est une mesure inefficace et donc inutile, notamment dans les commentaires qu'elles ont soumis en réponse à la consultation sur ce sujet organisée par le gouvernement du Royaume Uni.

14 février 2015:

Le Courrier
L'Express
Le Nouvelliste

TABAC Deux études de l'Université de Zurich financées par Philipp Morris International seraient entachées d'erreurs. L'académie a demandé à un expert externe de se pencher sur la question.

Fort soupçon de fraude à l'Uni de Zurich

LAURA DROMPT

Dans une lettre envoyée le 29 janvier, l'association contre le tabagisme OxyRomandie a exhorté l'Université de Zurich à rétracter deux études financées par Philip Morris International. L'université affirme prendre l'affaire au sérieux et a confirmé, hier, qu'un expert externe est désormais mandaté pour se pencher sur ces recherches.

Les études des professeurs Michael Wolf (Université de Zürich) et Ashok Kaul (Université de Saarland, Allemagne) visaient à évaluer l'impact des emballages neutres de cigarettes («plain packaging») imposés en Australie depuis 2012. Se basant sur des données en partie fournies grâce à Philip Morris International, les études arrivent à la conclusion que les paquets sans marque affichée n'ont pas eu d'impact sur la prévalence du tabagisme en Australie, premier pays à imposer une telle mesure. Ce n'est pas la première fois que Philip Morris est impliqué dans une controverse de ce type. En 2012 une affaire avait embarrassé l'Université de Lausanne.

L'Industrie du tabac tenterait-elle d'imposer sa loi dans les études? KEYSTONE

Erreurs et négligences

Pour Pascal Diethelm, président d'OxyRomandie, ces deux études tombent au plus mal, car elles sont désormais utilisées par les lobbys cigarettiers pour empêcher que d'autres pays n'adoptent le concept de l'emballage neutre. Au Royaume-Uni, par exemple, où le Parlement devrait trancher sur la question au mois de mai.

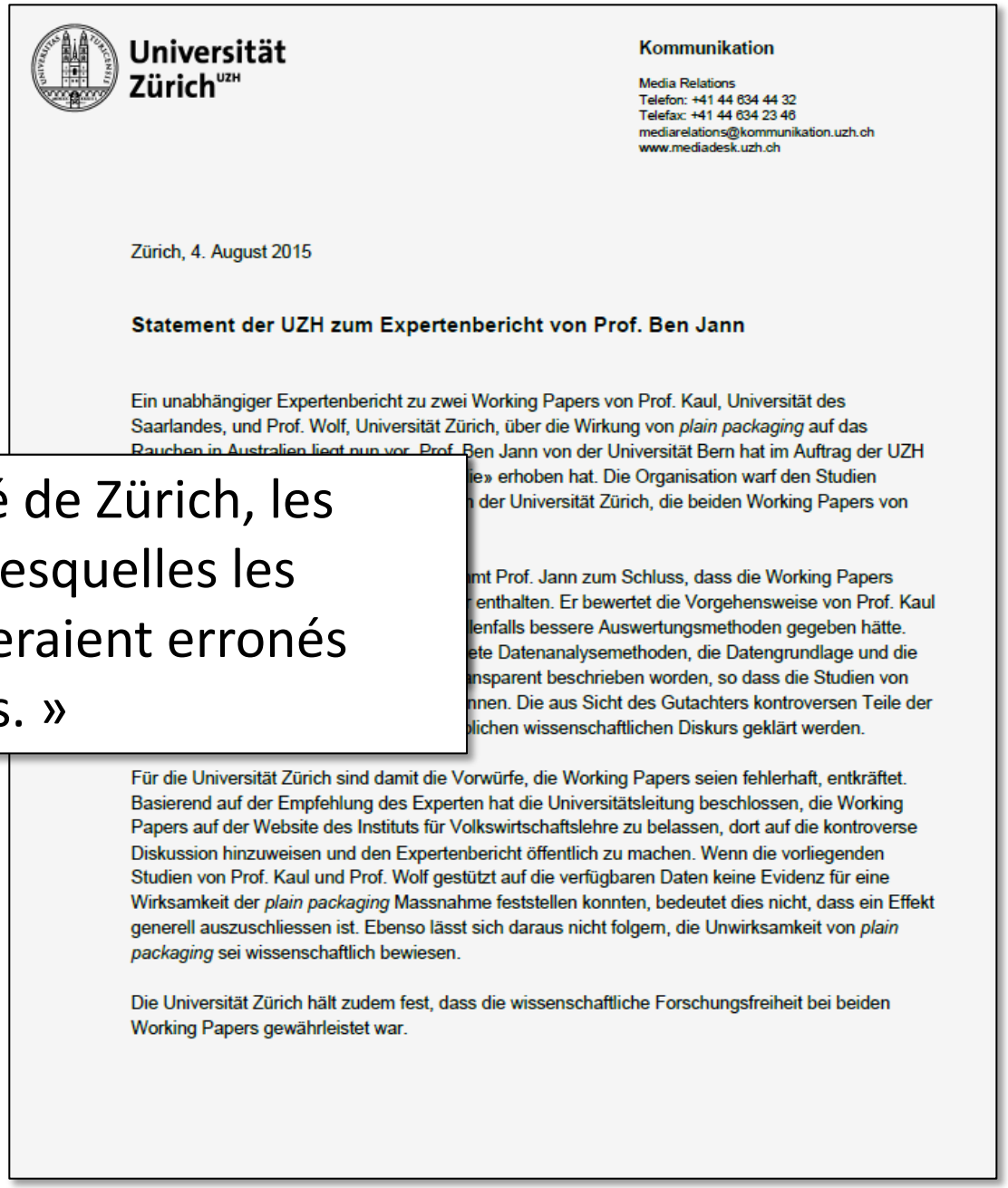
> «Ces deux études ont été largement diffusées par l'industrie du tabac, perpétuant une tradition de déformation des preuves.»
>
> **PASCAL DIETHELM** OXYROMANDIE, ASSOCIATION DE LUTTE CONTRE LE TABAGISME

clauses liant les deux scientifiques concernés et Philip Morris International. La firme avait ainsi le droit de vérifier et commenter l'étude avant publication, et les chercheurs étaient tenus de lui déclarer tout contact entrepris par les médias.

En réponse aux critiques soulevées par le journal, Michael Wolf avait répondu, à l'occasion d'une interview dans la «Neue Zürcher Zeitung»: *«Il est important que la liberté scientifique soit situation très au sérieux, au vu des sévères accusations portées». «J'ai pris contact avec le Professeur Wolf, statisticien renommé, qui assume son travail. Lui affirme que son article est tout à fait correct et suit les règles d'usage. Nous avons toutefois décidé de mandater un expert externe, afin d'analyser ces critiques en détail. Si des défauts techniques sérieux ou des problèmes éthiques devaient être constatés, nous aurions bien entendu le devoir de les corriger.»*

6 mois plus tard…

« Pour l'Université de Zürich, les allégations selon lesquelles les *Working Papers* seraient erronés sont ainsi réfutées. »



Universität Zürich[UZH]

Kommunikation

Media Relations
Telefon: +41 44 634 44 32
Telefax: +41 44 634 23 46
mediarelations@kommunikation.uzh.ch
www.mediadesk.uzh.ch

Zürich, 4. August 2015

Statement der UZH zum Expertenbericht von Prof. Ben Jann

Ein unabhängiger Expertenbericht zu zwei Working Papers von Prof. Kaul, Universität des Saarlandes, und Prof. Wolf, Universität Zürich, über die Wirkung von *plain packaging* auf das Rauchen in Australien liegt nun vor. Prof. Ben Jann von der Universität Bern hat im Auftrag der UZH
ie» erhoben hat. Die Organisation warf den Studien
der Universität Zürich, die beiden Working Papers von

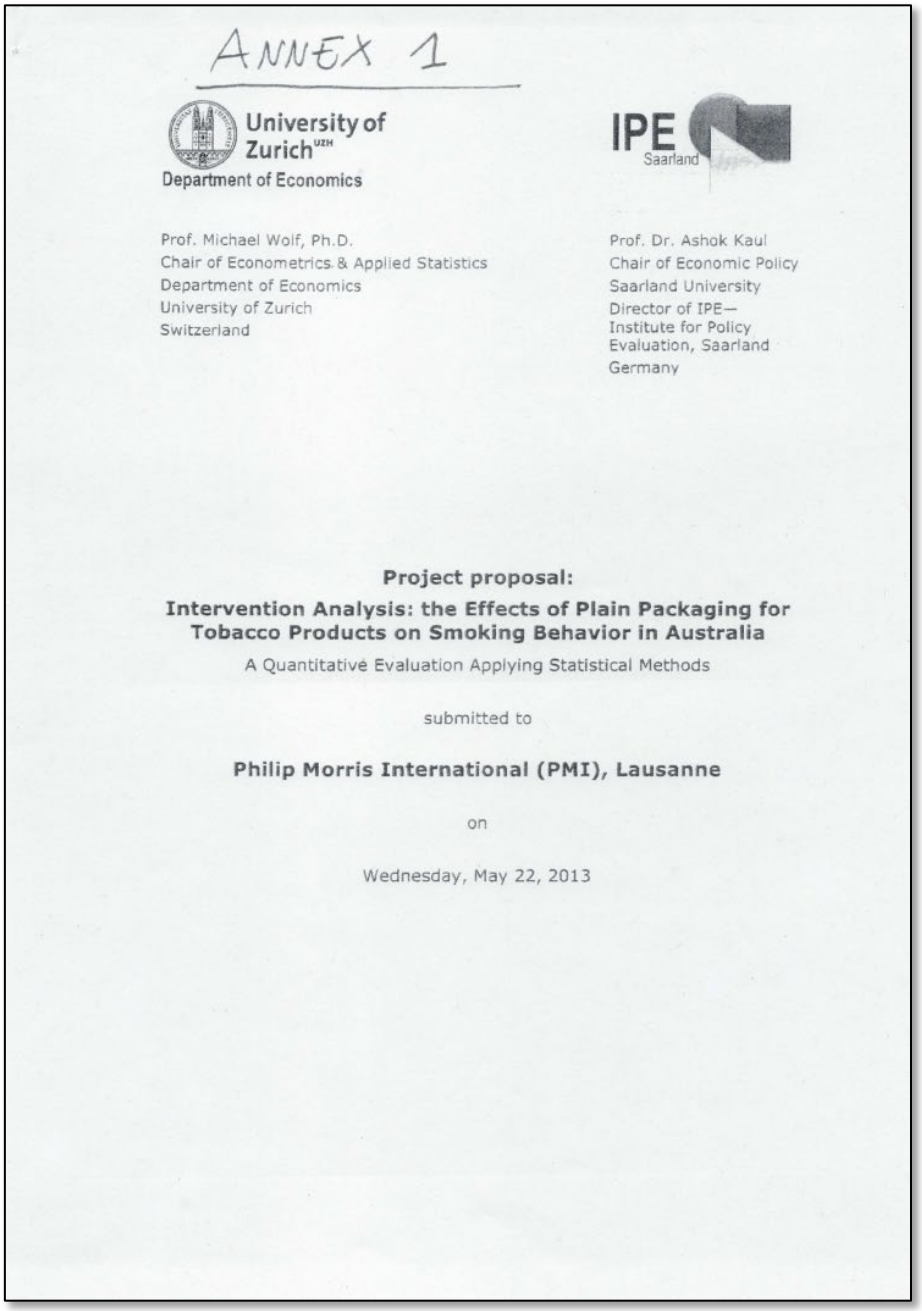
mt Prof. Jann zum Schluss, dass die Working Papers
enthalten. Er bewertet die Vorgehensweise von Prof. Kaul
lenfalls bessere Auswertungsmethoden gegeben hätte.
ete Datenanalysemethoden, die Datengrundlage und die
nsparent beschrieben worden, so dass die Studien von
nnen. Die aus Sicht des Gutachters kontroversen Teile der
lichen wissenschaftlichen Diskurs geklärt werden.

Für die Universität Zürich sind damit die Vorwürfe, die Working Papers seien fehlerhaft, entkräftet. Basierend auf der Empfehlung des Experten hat die Universitätsleitung beschlossen, die Working Papers auf der Website des Instituts für Volkswirtschaftslehre zu belassen, dort auf die kontroverse Diskussion hinzuweisen und den Expertenbericht öffentlich zu machen. Wenn die vorliegenden Studien von Prof. Kaul und Prof. Wolf gestützt auf die verfügbaren Daten keine Evidenz für eine Wirksamkeit der *plain packaging* Massnahme feststellen konnten, bedeutet dies nicht, dass ein Effekt generell auszuschliessen ist. Ebenso lässt sich daraus nicht folgern, die Unwirksamkeit von *plain packaging* sei wissenschaftlich bewiesen.

Die Universität Zürich hält zudem fest, dass die wissenschaftliche Forschungsfreiheit bei beiden Working Papers gewährleistet war.

Mai 2023:

Apparition d'un document explosif, qui relance toute l'affaire.



ANNEX 1

University of Zurich[UZH]
Department of Economics

Prof. Michael Wolf, Ph.D.
Chair of Econometrics & Applied Statistics
Department of Economics
University of Zurich
Switzerland

Prof. Dr. Ashok Kaul
Chair of Economic Policy
Saarland University
Director of IPE—
Institute for Policy
Evaluation, Saarland
Germany

Project proposal:

Intervention Analysis: the Effects of Plain Packaging for Tobacco Products on Smoking Behavior in Australia

A Quantitative Evaluation Applying Statistical Methods

submitted to

Philip Morris International (PMI), Lausanne

on

Wednesday, May 22, 2013

Mai 2023:

Apparition d'un document explosif, qui relance toute l'affaire.

(e.g., data compiled by Cancer Council Victoria, the Storyville "focus groups" data, and the "beyond tracker" data). Publications and figures/statistics based on these data will be reviewed and summarized.

Other survey data (partly qualitative consumer research and retailer surveys) will also be reviewed. They are, however, unlikely to be suitable for a statistical analysis or even to be included in an overall assessment of the effects of plain packaging.

Main deliverables of Phase 1 (to be submitted by the end of August, 2013)

The main insights from phase 1 will be summarized in a comprehensive report of about 20 pages. This report will be compiled for PMI internal use only.

Key aspects of this internal report are:

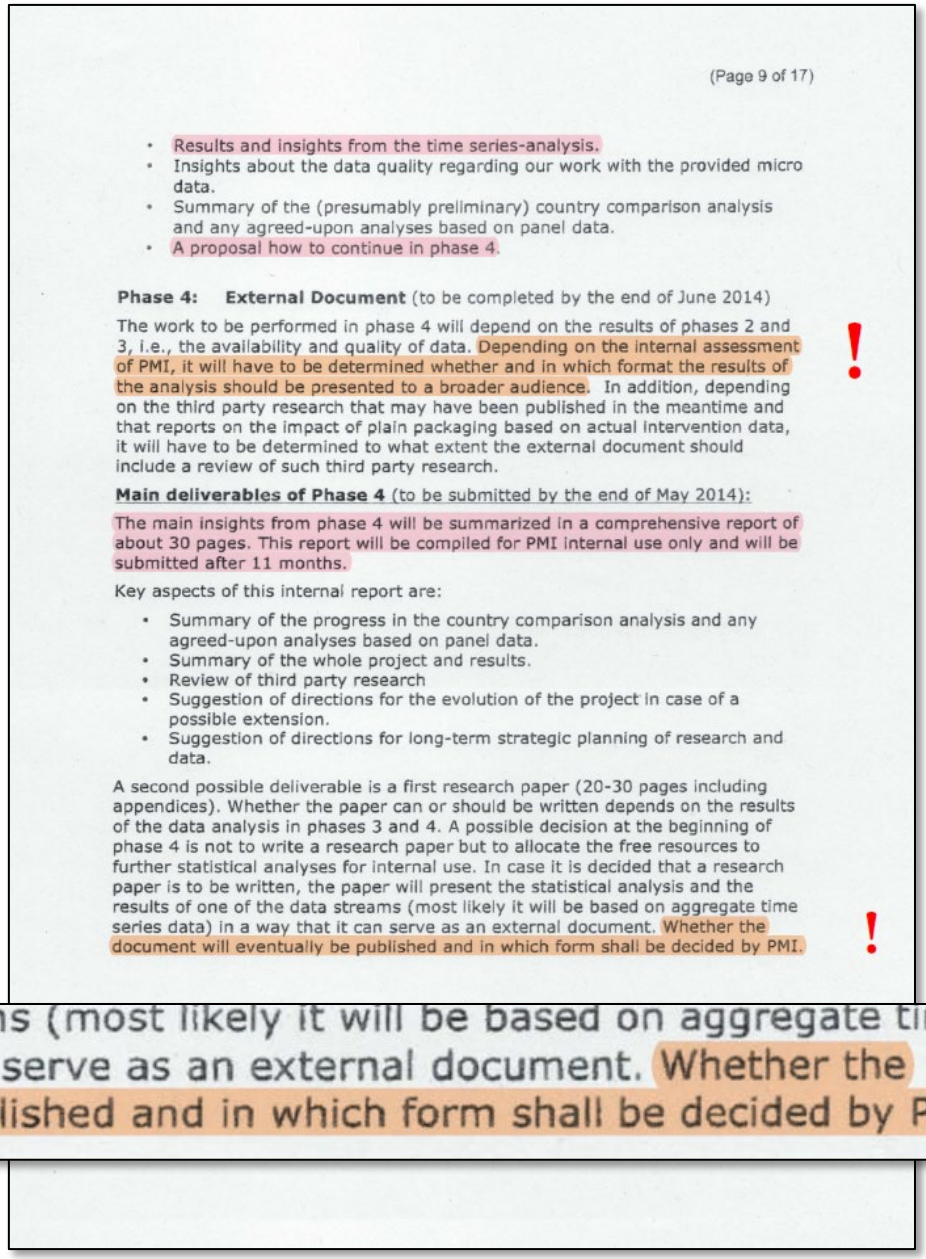
- Insights from an in-depth analysis of the most relevant databases. Which databases can be used for original statistical analysis? Are there important potential inconsistencies in the data and the publications based on them? Which descriptive statistics (e.g., smoking prevalence rates) should be used as a benchmark in our analysis?
- In this report, we also suggest
  - directions for the evolution of the project over the next 6 months (medium-term strategy), and
  - directions for long-term strategic planning of research and data building/collection:
    - Which data should be accessible (made available) in the future?
    - Which databases should be built up in the long run?
    - Which directions for future research are worth pursuing from a PMI point of view?
    - Which developments in the tobacco control research on plain packaging (in Australia) pose a threat to the interest of PMI?

!

- directions for long-term strategic planning of research and data building/collection:
  - Which data should be accessible (made available) in the future?
  - Which databases should be built up in the long run?
  - Which directions for future research are worth pursuing from a PMI point of view?
  - Which developments in the tobacco control research on plain packaging (in Australia) pose a threat to the interest of PMI?

Mai 2023:

Apparition d'un document explosif, qui relance toute l'affaire.



(Page 9 of 17)

- Results and insights from the time series-analysis.
- Insights about the data quality regarding our work with the provided micro data.
- Summary of the (presumably preliminary) country comparison analysis and any agreed-upon analyses based on panel data.
- A proposal how to continue in phase 4.

Phase 4: External Document (to be completed by the end of June 2014)

The work to be performed in phase 4 will depend on the results of phases 2 and 3, i.e., the availability and quality of data. Depending on the internal assessment of PMI, it will have to be determined whether and in which format the results of the analysis should be presented to a broader audience. In addition, depending on the third party research that may have been published in the meantime and that reports on the impact of plain packaging based on actual intervention data, it will have to be determined to what extent the external document should include a review of such third party research.

!

Main deliverables of Phase 4 (to be submitted by the end of May 2014):

The main insights from phase 4 will be summarized in a comprehensive report of about 30 pages. This report will be compiled for PMI internal use only and will be submitted after 11 months.

Key aspects of this internal report are:

- Summary of the progress in the country comparison analysis and any agreed-upon analyses based on panel data.
- Summary of the whole project and results.
- Review of third party research
- Suggestion of directions for the evolution of the project in case of a possible extension.
- Suggestion of directions for long-term strategic planning of research and data.

A second possible deliverable is a first research paper (20-30 pages including appendices). Whether the paper can or should be written depends on the results of the data analysis in phases 3 and 4. A possible decision at the beginning of phase 4 is not to write a research paper but to allocate the free resources to further statistical analyses for internal use. In case it is decided that a research paper is to be written, the paper will present the statistical analysis and the results of one of the data streams (most likely it will be based on aggregate time series data) in a way that it can serve as an external document. Whether the document will eventually be published and in which form shall be decided by PMI.

!

results of one of the data streams (most likely it will be based on aggregate time series data) in a way that it can serve as an external document. Whether the document will eventually be published and in which form shall be decided by PMI.

Le document prouve que le professeur avait menti en 2014…

«Philip Morris hat keinen Einfluss auf die Inhalte genommen»

Der Zürcher Wirtschaftsprofessor Michael Wolf nimmt Stellung zum Vorwurf, der Tabakkonzern habe bei seiner Forschungsarbeit mitgeredet

zac./fbi. · Die Vorwürfe haben es in sich. Der Tabakkonzern Philip Morris International AG (PMI) zahlt für eine Studie der Universität Zürich und erhält vertraglich Mitsprache zugesichert. Dies berichtet die Zeitschrift «Beobachter». Es geht um eine Studie des Zürcher Wirtschaftsprofessors Michael Wolf und seines Saarländer Kollegen Ashok Kaul. Die Forscher haben darin die Auswirkungen des «Plain Packaging» untersucht. Die australische Regierung führte dieses 2012 ein. Seither sind die Zigarettenschachteln in Australien ohne Firmenlogo, dafür aber mit abschreckenden Bildern versehen. Das Resultat der Studie: Es gebe keine Hinweise dafür, dass «Plain Packaging» einen Einfluss auf das Rauchverhalten von 14- bis 17-jährigen Australiern habe. Das sei «weder unerwartet noch aussagekräftig», kritisierte eine Gruppe von Tabakpräventionsspezialisten in der Zeitschrift «The Lancet». Die Universität Zürich soll zudem für die Forschung nicht nur mehrere zehntausend Franken kassiert, sondern auch mit PMI einen Vertrag unterzeichnet haben, der dem Tabakkonzern das Recht einräumt, die Studie 30 Tage vor der Veröffentlichung «zur Überprüfung und für Kommentare» zu konsultieren. Zudem habe PMI einen Teil der ausgewerteten Daten selbst geliefert. Im schriftlich geführten Interview nimmt Wolf dazu Stellung.

Herr Wolf, die Vorwürfe an Sie und Ihren Kollegen Ashok Kaul sind happig.
Das sehe ich nicht so. Die Kritik in «The Lancet», das Resultat sei aufgrund der ausgewerteten Daten weder unerwartet noch aussagekräftig, haben wir in einem Response-Letter entkräftet. Die Daten stammen nicht von Philip Morris. Sie wurden von einem führenden Marktforschungsinstitut in Australien, Roy Morgan Research, erhoben. Auch Präventions-Forscher bedienen sich dort. PMI hat lediglich für den Kauf der Daten bezahlt, aber hatte nie Zugang zu diesen.

Ein Sprichwort besagt: «Beiss nicht die Hand, die dich füttert!» Beeinflussen Geldgeber wie PMI mit solchen «Service-Agreements» nicht die Forschung und verletzen die Forschungsfreiheit?

«Durch Drittmittel kann mehr geforscht werden.»

Michael Wolf
Wirtschaftsprofessor Universität Zürich

Gilt dieses Argument nicht für jede Auftragsforschung, also auch für diejenige von Anti-Tabak-Organisationen?
Durch solche Drittmittel kann mehr geforscht werden. Wichtig ist, dass die wissenschaftliche Freiheit gewährleistet ist. Und das war sie in unserem Fall! Wir wurden während unserer Forschung in keiner Weise in unserer Unabhängigkeit eingeschränkt. Wir arbeiten mit Standardmethoden und einem anerkannten Datensatz. Es steht natürlich jedem Forscher frei, unsere Arbeit auf inhaltlicher Ebene zu kritisieren. Eine gründliche Auseinandersetzung würden wir sogar sehr begrüssen.

Sie könnten aber auch Drittmittel von Firmen beziehen, die nicht direkt von der Forschung betroffen sind.
Das ist in der Praxis eher selten der Fall, unabhängig von der Industrie. Es spricht meiner Meinung nach nichts dagegen, Drittmittel von Firmen zu beziehen, die direkt von der Forschung betroffen sind, solange sowohl Transparenz der Finanzierung als auch Unabhängigkeit der Forschung gewährleistet sind.

Wie haben Sie sich abgesichert, dass Ihre Forschungsfreiheit gewährt bleibt?
Einschränkungen der Forschungsfreiheit sind unserer Meinung nach nicht mit den universitären Drittmittel-Richtlinien vereinbar. Der Vertrag mit PMI stand aber im Einklang mit diesen Vorgaben. Für weitere Absicherungen haben wir, offen gesagt, keinen Grund gesehen. Philip Morris war von Anfang an klar, dass wir uns in unserer Arbeit nicht hineinreden lassen. Das war auch nie ein Problem.

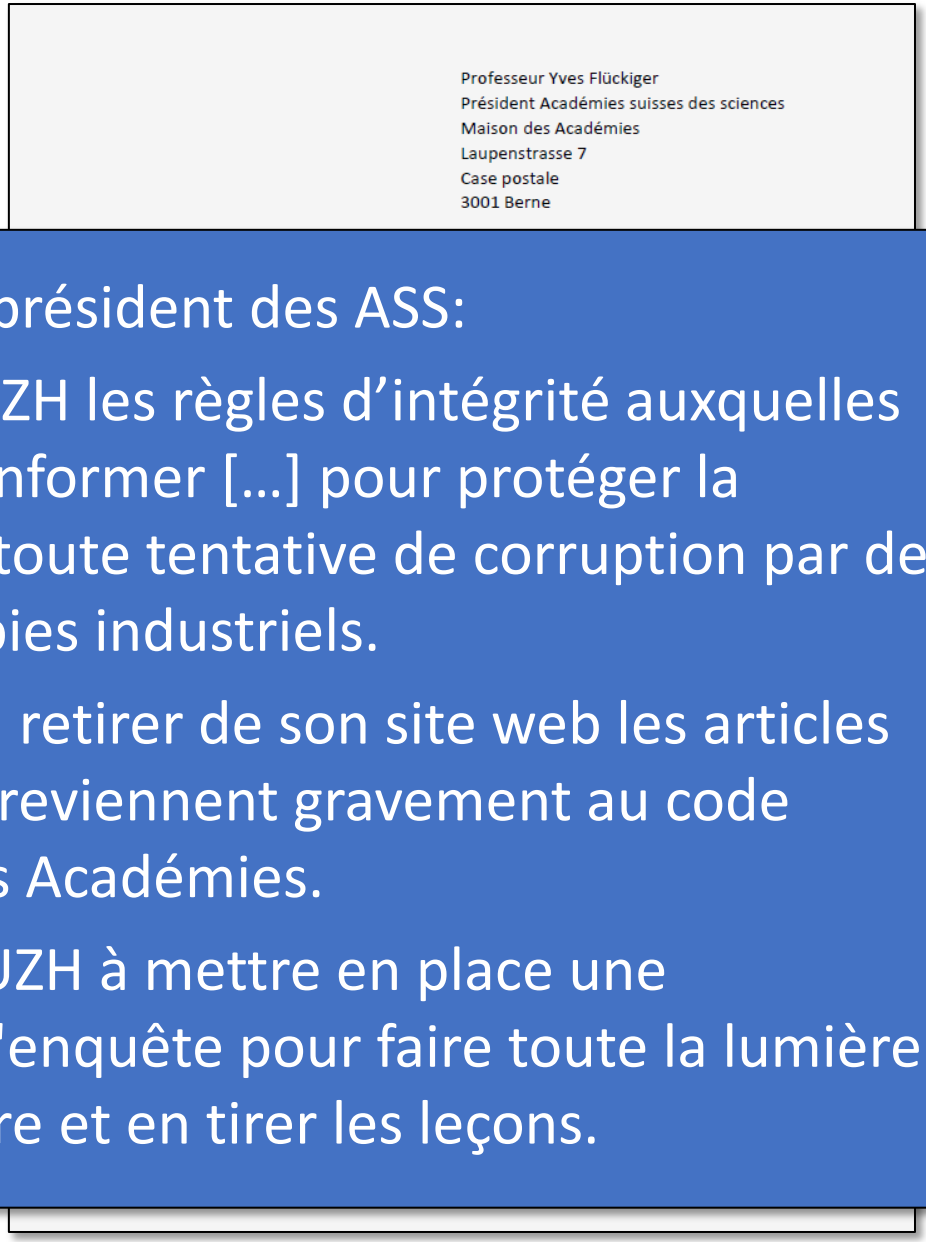
Philip Morris lässt sich in einem «Service-Agreement» vertraglich Mitsprache zusichern. Damit beeinflusst der Konzern doch den Inhalt.
Philip Morris hat keinen Einfluss auf die Inhalte genommen. Es ist nach meiner Erfahrung durchaus üblich, dass der Auftraggeber, ob öffentlich oder privat, einen Studienentwurf zur Durchsicht erhält.

Was soll das Interesse von PMI daran sein, «Druckfehler und sprachliche Kleinigkeiten» zu korrigieren, wie Sie gegenüber dem «Beobachter» behaupten?
Der Auftraggeber hat selbstverständlich ein Interesse daran, über Ergebnisse einer Studie vorab informiert zu werden. Es macht auch durchaus Sinn, Druckfehler und Unstimmigkeiten in sprachlicher Hinsicht zu berichtigen.

Gefährden Sie dadurch nicht Ihren Ruf als Wissenschafter?
Nein, solange wie in diesem Fall beim Auftraggeber, bei der Methodik und den Daten Transparenz gewährleistet ist, sehe ich kein Problem. Ich werde im Prinzip auch weiterhin Studien im Auftrag von Konzernen machen.

1er mai 2024:

À l'initiative d'OxySuisse, 17 personnalités éminentes de la santé publique écrivent au président des suisses des sc demander le études financ Morris.



La demande au président des ASS:

- Rappeler à l'UZH les règles d'intégrité auxquelles elle doit se conformer […] pour protéger la recherche de toute tentative de corruption par de puissants lobbies industriels.
- Inviter l'UZH à retirer de son site web les articles cités, qui contreviennent gravement au code d'intégrité des Académies.
- Encourager l'UZH à mettre en place une commission d'enquête pour faire toute la lumière sur cette affaire et en tirer les leçons.

Transparency and Truth

AFFAIRE UZH-PMI: À SUIVRE...

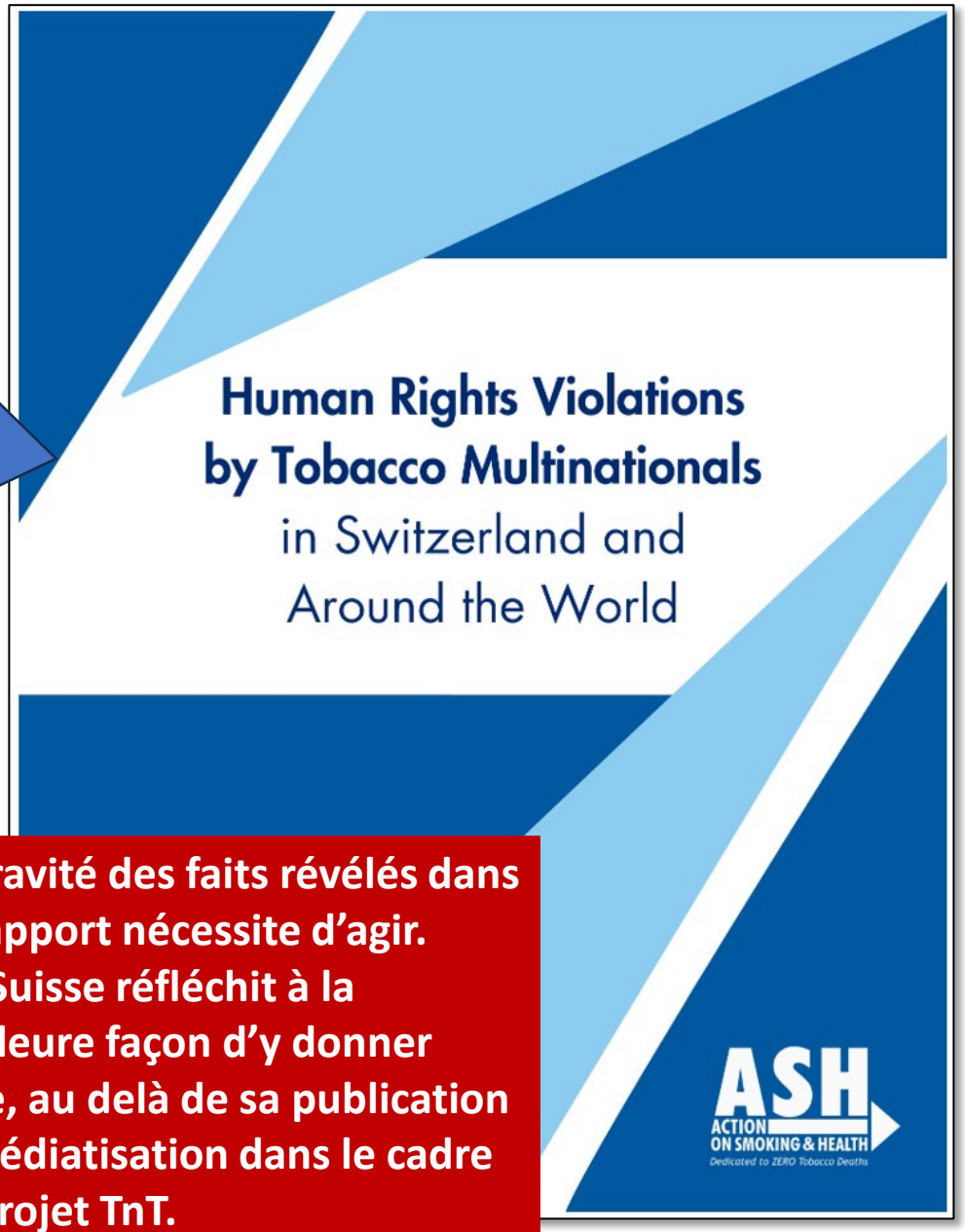
Transparency and Truth

TABAC ET DROITS HUMAINS

Rapport de 162 pages rédigé par ASH (USA) pour la compte d'OxySuisse.

Ce rapport examine la façon dont la Suisse protège la santé de sa population en matière de lutte contre le tabagisme, en prenant pour cadre de référence les obligations issues des traités internationaux relatifs aux droits humains.

Ses conclusions sont accablantes pour notre pays.



La gravité des faits révélés dans ce rapport nécessite d'agir. OxySuisse réfléchit à la meilleure façon d'y donner suite, au delà de sa publication et médiatisation dans le cadre du projet TnT.

Transparency
and Truth

RETOMBÉES MÉDIATIQUES

Retombées médiatiques

- 8 février 2024 – RTS, émission Temps Présent

Retombées médiatiques

- 8 février 2024 – RTS, émission Temps Présent

RTS

Datum: 09.02.2024

TAGBLATT

Tabak

Neues Dokument zeigt: So nahm Philip Morris an der Uni Zürich Einfluss auf Forschung zu Zigarettenpackungen

Immer mehr Länder setzen im Kampf gegen das Rauchen auf einheitliche Zigarettenpackungen. Die Tabakindustrie behauptet, diese Massnahme bringe nichts – und stützt sich auf eine Studie der Uni Zürich. Jetzt zeigt sich: Die Forschenden richteten ihre Arbeit an den Interessen des Tabakmultis aus.

2024-02-09, Christoph Bernet

Der Marlboro-Mann reitet schon länger nicht mehr in den Sonnenuntergang. Die 1954 entstandene Werbeikone verlieh der gleichnamigen Zigarettenmarke ein Image von Männlichkeit und Unabhängigkeit. In den USA lief die letzte Kampagne mit dem Marlboro-Mann 1999.

In Frankreich dürfen Zigaretten nur noch in Einheitsverpackungen mit Warnbildern verkauft werden. Bild: Charles Platiau/X00217 (Paris, 2. 1. 2017)

Bild: Charles Platiau/X00217 (Paris, 2. 1. 2017)

Walliser Bote

Samstag, 10. Februar 2024

Forschen für Philip Morris

Ein neues Dokument zeigt, wie der Tabakmulti eine Publikation der Universität Zürich beeinflusste.

Christoph Bernet

Der Marlboro-Mann reitet schon länger nicht mehr in den Sonnenuntergang. Die 1954 entstandene Werbeikone verlieh der gleichnamigen Zigarettenmarke ein Image von Männlichkeit und Unabhängigkeit. In den USA lief die letzte Kampagne mit dem Marlboro-Mann 1999.

Seit 2017 betreibt Philip Morris International (PMI), der weltweit grösste Tabakmulti und Hersteller der Marlboro-Zigaretten, keine Werbekampagnen mehr für klassische Tabakzigaretten. Die Branche setzt auf Alternativen wie Tabakerhitzer und E-Zigaretten.

Doch das Geschäft mit den herkömmlichen Zigaretten bleibt wichtig und hochprofitabel. Entscheidend für Vermarktung und Kundenbindung ist laut mehreren Studien das Design der Zigarettenpackungen.

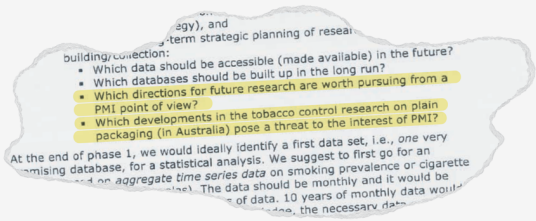
Im Kampf gegen das Rauchen und seine gesundheitsschädigenden Auswirkungen setzen deshalb immer mehr Staaten auf das sogenannte «plain packaging», zu Deutsch Einheitsverpackung. Bereits 42 Staaten und Territorien schreiben gesetzlich vor, dass Zigaretten nur in einem Einheitsdesign, oft in unattraktiven braun-grünen Farbtönen, verkauft werden dürfen. Nur der Markenname unterscheidet sie.

Als erstes führte Australien Ende 2012 die Einheitsverpackung ein – zum Missfallen der Tabakindustrie. Wenige Monate später, im Juni 2013, unterzeichnete Philip Morris International einen Vertrag mit der wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Universität Zürich.

Philip Morris zahlte Uni über 100 000 Franken

Vereinbart wurde eine Forschungsarbeit zur Auswirkung der Einheitsverpackung auf die sogenannte Prävalenz – in etwa: die Verbreitung – des Tabakkonsums in Australien. Durchgeführt wurde sie von Michael Wolf, Professor für Ökonometrie und angewandte Statistik in Zürich, gemeinsam mit seinem Kollegen Ashok Kaul von der Universität des Saarlands.

In Frankreich dürfen Zigaretten nur noch in Einheitsverpackungen mit Warnbildern verkauft werden. Bild: Charles Platiau/Reuters (Paris, 2. 1. 2017)



Ausriss aus dem bislang unveröffentlichten Anhang: Philip Morris wird direkter Einfluss auf die Forschungsstrategie zugesichert. Bild: zvg/Uni Zürich

Philip Morris International bezahlte der Uni Zürich monatlich 9900 Franken, die Gesamtsumme belief sich auf über 100 000 Franken. Die beiden Professoren kamen in einem im März 2014 publizierten «Working Paper» zum Schluss, dass sich kein Effekt der Einheitsverpackung auf die Prävalenz des Tabakkonsums in Australien feststellen lasse.

Die Industrie sprang sofort auf diese Aussage auf. Unterstützt von PMI und anderen Tabakmultis klagten mehrere Staaten gegen die australische Regelung, die sie als rechtswidriges Handelshemmnis betrachteten. Argumentiert wurde auch mit den Erkenntnissen des Forschungspapiers aus der «renommierten Reihe der Wirtschaftsfakultät der Universität Zürich». Das zuständige Gericht der Welthandelsorganisation WTO lehnte die Klagen schliesslich ab.

Schon kurz nach Veröffentlichung des Forschungspapiers wurde Kritik an der Methodik, dem Forschungsdesign und der Tatsache laut, dass nebst der Finanzierung auch ein Teil der Daten von PMI selber stammen. Professor Michael Wolf sagte im Dezember 2014 zur NZZ, man sei während der Forschung «in keiner Weise in unserer Unabhängigkeit eingeschränkt» gewesen. Philip Morris habe keinen Einfluss auf die Inhalte genommen.

Die Universität Zürich beauftragte einen externen Gutachter und wies 2015 die Kritik an der Publikation zurück. Sie ist bis heute mit dem Logo der Universität auf deren Website aufgeschaltet.

Doch jetzt zeigt sich: Der Einfluss des Tabakmultis auf die Forschung war deutlich grösser als bislang bekannt. Während der Vertrag zwischen PMI und der Universität Zürich bereits 2014 auf Medienanfragen hin offengelegt wurde, hielt die Uni einen Anhang mit dem von den Professoren Wolf und Kaul gegenüber PMI festgehaltenen Forschungsdesign bisher zurück.

«Nur für den internen Gebrauch bei PMI»

Das Dokument liegt der «Schweiz am Wochenende» vor. Sie hat es von der Westschweizer Tabak-Präventionsorganisation Oxysuisse erhalten. Als Erstes hat die Investigativsendung «Temps présent» des Westschweizer Fernsehens RTS am Donnerstagabend darüber berichtet.

Aus dem Anhang geht hervor, dass die Universität Zürich Philip Morris International ab der ersten Projektphase regelmässige Sitzungen und einen kontinuierlichen Austausch zusicherte. Wolf und Kaul verpflichteten sich zudem, nach jeder Phase einen umfassenden Zwischenbericht «nur für den internen Gebrauch bei PMI» abzuliefern.

Noch viel gravierender: Die langfristigen strategischen Ziele der Forschung sollten anhand der Interessen des Tabakmultis festgelegt werden. «In welche Richtung soll die Forschung aus Sicht von PMI in der Zukunft gehen? Welche Entwicklungen in der Tabakpräventionsforschung zur Einheitsverpackung (in Australien) stellen eine Bedrohung für die Interessen von PMI dar?», heisst es in dem Dokument.

Professor Wolf reagierte am Freitag nicht auf eine Anfrage dieser Zeitung. Gegenüber RTS hielt er wie schon 2014 fest, dass PMI keinen Einfluss auf die Forschung gehabt habe und er und sein Team «während unserer Forschung in keiner Weise in unserer Unabhängigkeit eingeschränkt waren».

Die Medienstelle der Universität Zürich betont, dass es sich beim Forschungspapier von 2014 um Auftragsforschung handle. In solchen Fällen würden Aufgabe und Ziel gemeinsam mit dem Auftraggeber klar definiert: «In diesem Sinn gibt es eine Absprache über das Studiendesign.» Doch die Erhebung der Resultate sei allein Sache der Forschenden, und der Auftraggeber habe keinen Einfluss darauf.

Wie Professor Wolf gegenüber RTS schreibt, hätte man die Arbeit selbstverständlich auch veröffentlichen dürfen, wenn die Schlussfolgerungen anders – also nicht im Sinne der Tabakindustrie – ausgefallen wären. Daran lässt der letzte Satz des Anhangs zweifeln: «Ob und in welcher Form das Dokument veröffentlicht wird, entscheidet Philip Morris International.»

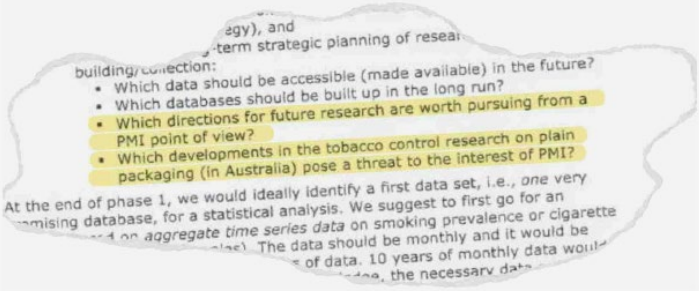
Datum: 10.02.2024

Solothurner Zeitung
Schweiz am Wochenende

Forschen für Philip Morris

Ein neues Dokument zeigt, wie der Tabakmulti eine Publikation der Universität Zürich beeinflusste.

In Frankreich dürfen Zigaretten nur noch in Einheitsverpackungen mit Warnbildern verkauft werden. Bild: Charles Platiau/Reuters (Paris, 2.1.2017)



egy), and
term strategic planning of resea
building/collection:

- Which data should be accessible (made available) in the future?
- Which databases should be built up in the long run?
- Which directions for future research are worth pursuing from a PMI point of view?
- Which developments in the tobacco control research on plain packaging (in Australia) pose a threat to the interest of PMI?

At the end of phase 1, we would ideally identify a first data set, i.e., *one* very promising database, for a statistical analysis. We suggest to first go for an ... on *aggregate time series data* on smoking prevalence or cigarette ... The data should be monthly and it would be ... of data. 10 years of monthly data would ... the necessary data ...

Ausriss aus dem bislang unveröffentlichten Anhang: Philip Morris wird direkter Einfluss auf die Forschungsstrategie zugesichert. Bild: zvg/Uni Zürich

Datum: 14.02.2024

Blick

Tabaklobby in der Schweiz

Wie Philip Morris bei Studien mitmischelt

Ein neues Dokument zeigt: Tabakmulti Philip Morris hatte bei einer Studie der Universität Zürich seine Finger im Spiel. Kein Einzelfall. Zwei ETH-Studien wurden ebenfalls durch den Tabakriesen mitfinanziert. Der Einfluss der Tabaklobby in der Schweiz ist gross.

2024-02-14

Die Zigarettenpäckli in der Schweiz bleiben farbig – obwohl immer mehr Länder «plain packaging» einführen und Zigarettenpackungen nur noch in einheitlich dunklen Farben verkaufen. Diverse Studien zeigen: Das zügelt den Tabakkonsum.

Zu einem anderen Ergebnis kam eine Studie der Universität Zürich 2014: Gemäss dieser haben Einheitsverpackungen keinen Einfluss auf die Häufigkeit von Tabakkonsum. Auftraggeber der Studie war Tabakmulti Philip Morris (PMI). Jetzt zeigt ein neues Dokument, das ursprünglich der «Schweiz am Wochenende» vorlag: Der Einfluss der Tabaklobby auf die Studie war grösser als bisher angenommen.

Rückt Studie in neues Licht

Aus dem Papier geht hervor, dass die Uni Zürich PMI Einsicht in die Zwischenresultate der Studie zugesichert hat. Und ebenfalls Entscheidungsfreiheit darüber, ob sie veröffentlicht wird oder nicht. Zudem gewährte die Uni Zürich PMI Einfluss auf die Forschungsziele und fragte den Tabakhersteller gar, welche «zukünftigen Forschungsrichtungen » verfolgt werden sollen.

Ben Jann (51), Professor am Institut für Soziologie der Universität Bern, hat die Studie kurz nach der Veröffentlichung untersucht. Damals befand er die technischen Aspekte für grösstenteils korrekt – allenfalls sind ihm einige methodische Eigenheiten aufgefallen. Der kürzlich aufgetauchte Verlagsanhang rücke diese allerdings in neues Licht, sagt er zu Blick. «Die durchgeführten Tests sind nicht falsch, aber die Forschenden haben teils unübliche Entscheidungen getroffen. Anhand des Vertragsanhangs ist es nicht abwegig anzunehmen, dass man die Ergebnisse in einem gewissen Licht erscheinen lassen wollte.»

Die Medienstelle der Universität Zürich hingegen betonte, dass es sich bei der Studie um Auftragsforschung handle. Es gäbe eine Absprache über das Studiendesign in dem Sinne, dass man Aufgabe und Ziel gemeinsam mit dem Auftraggeber definiere.

PMI finanziert auch ETH-Forschung

Dass die Schweiz der Tabakindustrie viel Spielraum gewährt, hat System: Als eines der einzigen Länder der Welt und einziges Land Europas hat die Schweiz das Rahmenübereinkommen der Weltgesundheitsorganisation (WHO) zur Eindämmung des Tabakgebrauchs nicht ratifiziert. Dieses verlangt unter anderem, dass das Sponsoring von der Tabaklobby eingeschränkt wird, wo es Interessenkonflikte geben könnte – also zum Beispiel in der Forschung.

Die Arbeitsgemeinschaft Tabakprävention Schweiz ist kürzlich auf weitere Forschungsfinanzierungen durch PMI an der ETH gestossen. Der Tabakmulti habe jeweils eine Million Franken und 120'000 Franken für zwei Projekte an der ETH Zürich investiert, erklärte der Pressesprecher der ETH laut RTS. Die Studie untersucht den Einfluss eines krebserregenden Stoffes in Tabakrauch auf die DNA. Am Ende der Studie steht gar, man erkenne «konkurrierende finanzielle Interessen», da drei Autoren der Studie Mitarbeiter von PMI seien. (zac)

Datum: 25.02.2024

24heures

Le financement de la recherche par Philip Morris dérange

La RTS a révélé comment le cigarettier a financé des projets de recherche de l'EPFZ et mandaté l'Université de Zurich pour réaliser une étude.

Publié aujourd'hui à 12h12, Catherine Cochard

En février, la RTS révélait dans «La Matinale» de la Première puis dans l'émission «Temps Présent» comment Philip Morris avait financé plusieurs projets de recherche menés à l'EPFZ et mandaté l'Université de Zurich pour réaliser une étude sur les effets du paquet neutre.

Le financement de la recherche académique par l'industrie du tabac a une longue histoire. Dès les années 1950, les cigarettiers se sont adjoint les services de chercheurs pour les aider à semer le doute dans l'esprit du public quant aux liens entre tabagisme et cancers. Au fil du temps, les stratégies des cigarettiers ont été mises en lumière par des livres – comme «Les marchands de doute» de Naomi Oreskes – , des chercheurs ou encore des journalistes.

«Aura de respectabilité»

Président de l'association de lutte contre le tabagisme Oxysuisse, Pascal Diethelm est aussi un lanceur d'alerte de l'industrie du tabac. En 2001, il avait révélé qu'un professeur de l'Université de Genève, Ragnar Rylander, était depuis 1972 sous contrat avec Philip Morris. Il n'est pas étonné que le cigarettier continue de financer la recherche scientifique. «L'industrie prétend qu'elle a changé, qu'elle est différente. C'est faux! Elle cherche à se distinguer de l'industrie des années 1990, traînée à plusieurs reprises devant les tribunaux aux États-Unis. Mais elle continue d'user des mêmes méthodes, de s'associer à des chercheurs pour se donner une aura de respectabilité académique!»

Par e-mail, Philip Morris International nous a transmis sa prise de position. La multinationale dit placer la science et l'innovation «au cœur de sa transformation et de son engagement à remplacer les cigarettes par de meilleures alternatives». «L'objectif est de réduire de manière significative les risques pour les adultes qui autrement continueraient à fumer des cigarettes», développe Julian Pidoux, porte-parole. PMI ajoute encore que «pour produire la meilleure science possible, il est donc courant pour les scientifiques de PMI - et pour la communauté scientifique en général - de collaborer avec d'autres entités, afin de bénéficier de l'expertise et du savoir-faire de leurs collègues chercheurs». Dans ce contexte, «certaines études sont menées en collaboration avec des scientifiques de milieux académiques et universitaires».

Les prérogatives et les règles de ces collaborations seraient clairement définies. «Par exemple, dans l'étude réalisée avec l'EPFZ intitulée «Quantification and Mapping of Alkylation in the Human Genome Reveal Single Nucleotide Resolution Precursors of Mutational Signatures» publiée en février 2023, PMI a contribué à une partie de la recherche et à son financement, tandis que certains aspects ont été réalisés indépendamment de PMI avec un financement supplémentaire du Fonds national suisse pour la recherche scientifique», indique Julian Pidoux. Le porte-parole ajoute encore que «tous ces contenus scientifiques sont aisément accessibles sur le site web de PMI Science, qui lui-même renvoie aux publications des études, à la nature des recherches effectuées et à leurs auteurs respectifs».

L'EPFZ et l'Université de Zurich n'excluent pas les cigarettiers

Les deux institutions zurichoises ne s'empêchent pas, par principe, de collaborer avec l'industrie du tabac. «L'EPFZ donne à ses membres des directives claires en ce qui concerne les principes fondamentaux de l'intégrité scientifique dans la recherche et la formation», souligne Franziska Schmid, porte-parole de l'institution. Les contrats de collaboration précisent et garantissent «que les parties qui financent la recherche n'exercent aucune influence sur les résultats et que ceux-ci peuvent être publiés. Ainsi, l'acquisition de connaissances profite à l'ensemble de la communauté scientifique et, en fin de compte, à la collectivité.»

Datum: 21.03.2024

ARCINFO

«L'argent n'a pas d'odeur dans les universités, vraiment?»

L'OPINION

Dominique Sprumont
Institut de droit de la santé, à l'Université de Neuchâtel, et président de la commission d'éthique de la recherche du Canton de Vaud

Les universités sont les garantes de la confiance que le public est en droit d'avoir en la science. Elles jouent un rôle essentiel dans l'approfondissement des connaissances et l'innovation tout en gardant un regard critique sur leurs propres fonctionnements. Cela exige une grande indépendance dans la construction des idées et la mise en œuvre de la recherche.

Les risques de conflit d'intérêts doivent être limités, par exemple lorsque la rigueur et l'indépendance de la démarche scientifique pourraient être mises en doute au vu d'autres intérêts secondaires, financiers, économiques ou personnels.

Les Académies suisses des sciences ont ainsi adopté un Code d'intégrité scientifique qui encadre la recherche afin d'en faire respecter l'indépendance et l'impartialité, notamment vis-à-vis de l'industrie. A la clé, la liberté scientifique, l'autonomie et l'indépendance des chercheurs doivent être garanties et un financement privé «ne saurait entraîner de conflits d'intérêts».

Les partenariats public-privé ont prouvé leur efficacité dans des domaines de pointe nécessitant des moyens importants. S'ils soulèvent des enjeux complexes, un équilibre peut être trouvé entre les intérêts en présence dans le respect de la confiance que l'on doit pouvoir garder en la science.

> L'industrie du tabac, comme celle des énergies fossiles, a une longue histoire de manipulation des faits et de la science."

Dans le domaine de la santé, par exemple, une compagnie pharmaceutique peut s'associer avec un spécialiste pour tester un nouveau médicament. L'intérêt médical est réel et des mécanismes sont en place, dont les commissions d'éthique de la recherche, pour prévenir les dérapages et protéger les chercheurs et les participants à la recherche. Mais est-ce que les collaborations avec n'importe quelle industrie sont compatibles avec ce cadre éthique et institutionnel?

L'industrie du tabac, comme celle des énergies fossiles, a une longue histoire de manipulation des faits et de la science. Consciente depuis les années 1950 des dan-

INFOsperber
sieht, was andere übersehen.

Die Universität Zürich liess sich von einem Tabakkonzern bezahlen. Als Gegenleistung konnte dieser die Forschung beeinflussen und verhindern, dass unerwünschte Resultate an die Öffentlichkeit gelangen. © THE

Uni Zürich gibt den Namen und Philip Morris hat das letzte Wort

Urs P. Gasche / 29.04.2024 **Erst Jahre später kommt jetzt ein geheimer Vertrag ans Licht. Der involvierte Professor doziert noch immer und sieht kein Problem.**

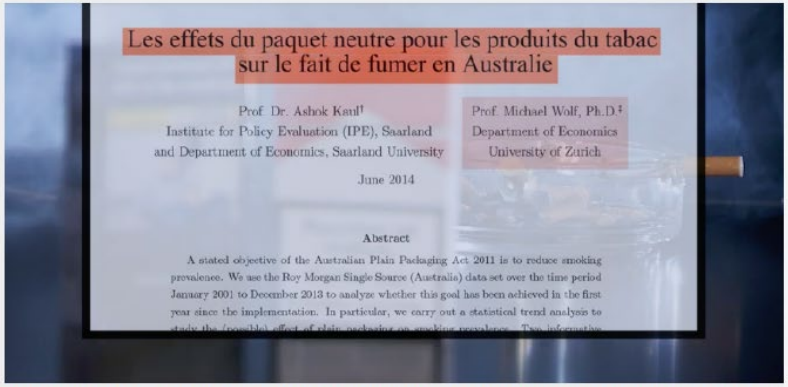
Sogar wenn Sponsoring-Verträge, die Konzerne mit Universitäten abschliessen, offengelegt werden, bleibt oft im Dunkeln, wie sich die Sponsoren ihren Einfluss auf das Studien-Design und die veröffentlichten Forschungsresultate gesichert haben. Denn dies wird oft in Anhängen zu den Verträgen festgehalten, die unter Verschluss bleiben. Dank des Öffentlichkeitsgesetzes musste die Universität Zürich den Anhang zu einem Sponsoring-Vertrag freigeben, den die Universität mit dem Tabakkonzern Philip Morris abgeschlossen hatte.

Es ging um eine im Jahr 2014 von der Uni Zürich veröffentlichte Studie von Wirtschaftsprofessor Michael Wolf. Sie kam zum Schluss, dass die Umstellung auf neutrale Zigaretten-Verpackungen ohne Markenwerbung keinen Einfluss auf den Kauf von Zigaretten habe:

Neutrale Zigaretten-Verpackung mit kaum erkennbarem Markenlogo (rechts) © rts

Vorher hatten mehrere Studien gezeigt, dass neutrale Verpackungen dazu beitragen, dass weniger Zigaretten gekauft und geraucht werden. Das erklärte Ruediger Krech, Tabakverantwortlicher der WHO.

Doch dank der Studie der Universität Zürich konnten Tabakkonzerne weiter behaupten, die Wissenschaft sei sich uneinig und die Wirkung neutraler Verpackungen sei umstritten und nicht klar bewiesen.


Les effets du paquet neutre pour les produits du tabac sur le fait de fumer en Australie

Prof. Dr. Ashok Kaul[1]
Institute for Policy Evaluation (IPE), Saarland and Department of Economics, Saarland University

Prof. Michael Wolf, Ph.D.[2]
Department of Economics
University of Zürich

June 2014

Abstract

A stated objective of the Australian Plain Packaging Act 2011 is to reduce smoking prevalence. We use the Roy Morgan Single Source (Australia) data set over the time period January 2001 to December 2013 to analyze whether this goal has been achieved in the first year since the implementation. In particular, we carry out a statistical trend analysis to

Studie von Professor Michael Wolf der Universität Zürich: Neutrale Verpackungen bringen nichts. © rts

Mit dieser Studie, an der Professor Wolf federführend als korrespondierender Autor beteiligt war, gibt es allerdings zwei Probleme:

Datum: 24.05.2024

Beobachter

TABAKPRÄVENTION

Uni soll Studie zurückziehen

Vorwurf an die Uni Zürich: Studienautoren hätten sich vom Tabakmulti Philip Morris instrumentalisieren lassen.

Neutrale Verpackungen für Zigaretten – ohne Aufdruck der Marke – verändern das Rauchverhalten der Bevölkerung nicht: Zu diesem Schluss kam eine umstrittene Studie zum sogenannten Plain Packaging in Australien, an der die Universität Zürich (UZH) beteiligt war. Nun, zehn Jahre später, fordern 19 Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler aus dem In- und Ausland die Hochschule auf, die Studie von ihrer Website zu entfernen. Es geht um ein «Working Paper», verfasst vom Zürcher Uniprofessor Michael Wolf und von Ashok Kaul vom Institut für Politikevaluation der Uni Saarland.

Der Beobachter hatte bereits 2014 aufgedeckt, dass Philip Morris International (PMI) die Studie nicht nur finanzierte, sondern sich auch vertraglich hatte zusichern lassen, die Forschungsresultate vor der Publikation überprüfen und kommentieren zu können. Die Universität Zürich hatte dem Beobachter zwar den Vertrag, jedoch nur Teile des zugehörigen Anhangs offengelegt.

Brisantes entdeckt

Und die geheim gehaltenen Seiten hatten es in sich, wie die Westschweizer Tabakpräventions-Organisation Oxysuisse vor einigen Monaten aufdeckte. Im bisher unveröffentlichten Teil der Vereinbarung schlagen die beiden Forscher unter anderem vor, die Frage zu untersuchen, «welche Entwicklungen in der Tabakkontrollforschung zu Plain Packaging in Australien eine Bedrohung für das Interesse von PMI darstellen».

Die wissenschaftliche Freiheit sei immer gewährt gewesen, betonte Forscher Michael Wolf 2014 gegenüber der «NZZ». Der Vertrag habe deshalb seiner Meinung nach im Einklang mit den Richtlinien der Universität gestanden.

Verstoss gegen Grundprinzipien

In einem Brief an die Akademien der Wissenschaften und an die UZH kritisieren die 19 Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler nun jedoch scharf, dass die Hochschule den Vertrag unter diesen Bedingungen eingegangen ist und die Studie immer noch auf ihrer Website publiziert hat.

Anhand der nun vorliegenden, vollständigen Fassung des Vertrags zeige sich, dass die Studie «mit Methoden durchsetzt ist, die gegen die Grundprinzipien der wissenschaftlichen Forschung verstossen», schreiben sie. Die Studie könne «nicht als verlässlich angesehen werden», und die UZH und die Forscher schienen «die Wissenschaft in den Dienst des Geldes zu stellen».

Die Unterzeichnerinnen und Unterzeichner des Briefs fordern deshalb die Universität Zürich auf, die Studie von

Datum: 24.05.2024

Blick

Internationaler Druck wächst

Uni Zürich soll umstrittene Tabak-Studie zurückziehen

19 Wissenschaftler aus dem In- und Ausland fordern, dass die Uni Zürich eine Studie vom Netz nimmt. Der Vorwurf: Die Studienautoren hätten sich vom Tabakmulti Philip Morris instrumentalisieren lassen.

2024-05-24, Thomas Angeli

Neutrale Verpackungen für Zigaretten – ohne Aufdruck der Marke – verändern das Rauchverhalten der Bevölkerung nicht: Zu diesem Schluss kam eine umstrittene Studie zum sogenannten Plain Packaging in Australien, an der die Universität Zürich (UZH) beteiligt war. Nun fordern zehn Jahre später 19 namhafte Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler aus dem In- und Ausland die Hochschule auf, die Studie von ihrer Website zu entfernen.

Es geht um ein «Working Paper», verfasst vom Zürcher Uni-Professor Michael Wolf und von Ashok Kaul vom Institut für Politikevaluation der Uni Saarland.

Der Beobachter hatte bereits 2014 aufgedeckt, dass Philip Morris International (PMI) die Studie nicht nur finanzierte, sondern sich vertraglich auch hatte zusichern lassen, die Forschungsresultate vor der Publikation überprüfen und kommentieren zu können. Die Universität Zürich hatte dem Beobachter zwar den Vertrag, jedoch nur Teile des zugehörigen Anhangs offengelegt.

Brisantes im geheimen Teil des Vertrags

Und die geheim gehaltenen Seiten hatten es in sich, wie die Westschweizer Tabakpräventions-Organisation Oxysuisse vor einigen Monaten aufdeckte. Im bisher unveröffentlichten Teil der Vereinbarung schlagen die beiden Forscher unter anderem vor, die Frage zu untersuchen, «welche Entwicklungen in der Tabakkontrollforschung zu Plain Packaging in Australien eine Bedrohung für das Interesse von PMI darstellen».

Die wissenschaftliche Freiheit sei immer gewährt gewesen, betonte Forscher Michael Wolf 2014 gegenüber der « NZZ». Der Vertrag habe deshalb seiner Meinung nach im Einklang mit den Richtlinien der Universität gestanden.

«Wissenschaft im Dienst des Geldes»

In einem Brief an die Akademien der Wissenschaften und an die UZH kritisieren die 19 Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler nun jedoch scharf, dass die Hochschule den Vertrag unter diesen Bedingungen eingegangen ist und die Studie immer noch auf ihrer Website publiziert hat.

Anhand der nun vorliegenden, vollständigen Fassung des Vertrags zeige sich, dass die Studie «mit Methoden durchsetzt ist, die gegen die Grundprinzipien der wissenschaftlichen Forschung verstossen», schreiben sie. Die Studie könne «nicht als verlässlich angesehen werden», und die UZH und die Forscher schienen «die Wissenschaft in den Dienst des Geldes zu stellen».

«Keine Verstösse gegen die Regeln»

Die Unterzeichnerinnen und Unterzeichner des Briefs fordern deshalb die Universität Zürich auf, die beiden Artikel von der Website zu entfernen und eine Untersuchungskommission einzusetzen, «um den Fall aufzuklären und Lehren daraus zu ziehen».

Auf Anfrage des Beobachters nahm die UZH zu den konkreten Vorwürfen keine Stellung. Ein externer Gutachter habe 2015 «keine Verstösse gegen die Regeln guter wissenschaftlicher Praxis» festgestellt, schreibt die Medienstelle: «Ob die Unterzeichnung des Vertrags selbst gegen die Regeln wissenschaftlicher Integrität verstösst, wird die Universität Zürich nochmals untersuchen.» Bis wann das geschehen soll, könne man nicht sagen.

Datum: 31.05.2024

24 heures

Journée mondiale sans tabac

Des influenceuses payées par l'industrie du tabac

Marie Maurisse Textes

Une étude montre que les cigarettiers font leur publicité sur les réseaux sociaux. Et la nouvelle loi qui entre bientôt en vigueur ne réglera pas le problème.

Dans la bouche de Lucky Luke, l'épi de blé a depuis longtemps remplacé la cigarette, afin que celle-ci ne soit plus représentée comme un objet cool - rien qu'en Suisse, elle tue chaque année près de 10'000 personnes. Sur TikTok, en revanche, les jeunes s'affichent encore beaucoup avec des puffs. Ces e-cigarettes jetables aux jolies couleurs et aux arômes sucrés ont des effets néfastes sur la santé, notamment à cause de la nicotine qu'elles contiennent.

Un rapport inédit, réalisé par Unisanté et Promotion Santé Valais, pointe du doigt la promotion faite par les fabricants de produits du tabac sur les réseaux sociaux, en particulier ceux attirant les plus jeunes. Publié vendredi 31 mai, à l'occasion de la Journée mondiale sans tabac, il relève notamment la présence forte de la marque Velo, qui appartient à British American Tobacco et s'offre régulièrement les services d'influenceurs suisses pour vendre ses puffs ou ses «snus» (sachets de nicotine). L'étude mentionne, parmi d'autres, le compte Instagram @aqualion ou celui de l'influenceuse @jade.one.love.

Fête et ASMR

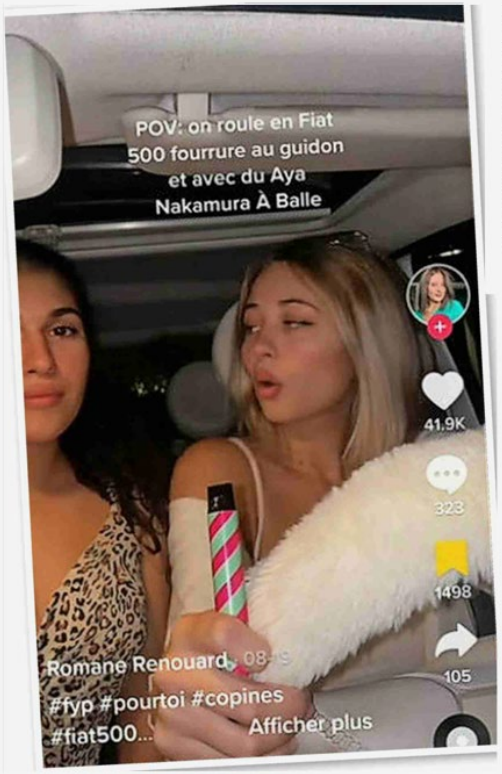
Les chercheurs ont aussi fait une veille sur TikTok, depuis le compte d'un mineur de 14 ans. Résultat: des dizaines de comptes mettent en avant des produits du tabac, toujours de manière enjouée et festive et même dans des vidéos de type ASMR (dont les sons produisent un effet relaxant)... Mais sans pour autant mentionner qu'il s'agit de nicotine. Ces contenus ne sont pas forcément sponsorisés par les marques.

Au final, constate le rapport, «de nombreuses publications - qu'elles proviennent des industriels eux-mêmes ou d'influenceurs - ne respectent pas les réglementations en vigueur sur les réseaux sociaux, qui imposent notamment la mention du caractère promotionnel». En outre, «ces publications ne respectent même pas les accords entre Swiss Cigarette et la Commission suisse pour la loyauté», qui stipulent que toute publicité doit comporter de manière visible un texte de mise en garde pour la santé.

Même si sur les réseaux sociaux, les puffs restent moins répandues que les marques de boissons ou de maquillage, le sujet n'est pas anodin: selon une étude parue en 2022, les non-fumeurs exposés à du contenu promotionnel tabagique sur les réseaux sociaux ont deux fois plus de risques de commencer à en consommer au cours de leur vie.

Pas de réglementation

Dans le rapport, les spécialistes constatent que Snapchat, Instagram ou encore TikTok et Twitter ne prennent pas les mesures suffisantes pour empêcher cette publicité. En Suisse, la législation est également inefficace: la nouvelle loi sur les produits du tabac, qui entrera en vigueur cette année, ne réglemente pas les pratiques sur les réseaux sociaux.



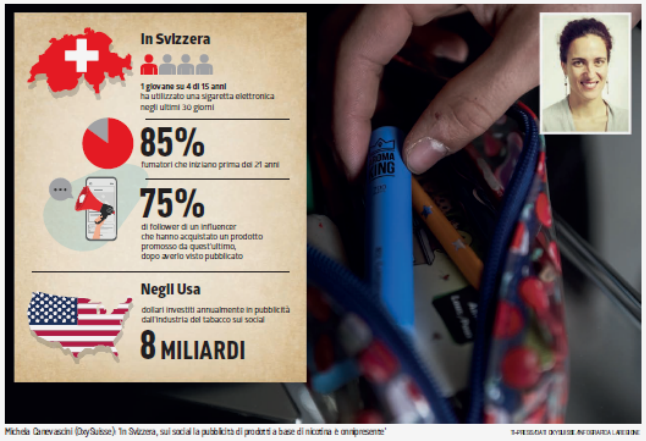
Sur TikTok, les puffs sont souvent mises en avant comme un accessoire branché et festif. Or selon une étude de 2022, les non-fumeurs exposés à du contenu promotionnel tabagique sur les réseaux sociaux ont deux fois plus de risques de commencer à en consommer au cours de leur vie. DR

Datum: 31.05.2024

laRegione

GIORNATA SENZA TABACCO

La caccia ai giovani fumatori si fa nella rete dei social



Michela Canevascini (OxySuisse): 'In Svizzera, sui social la pubblicità di prodotti a base di nicotina è onnipresente' KEYSTONE

L'Organizzazione mondiale della sanità dedica il 31 maggio 2024 all'importanza di proteggere bambini e adolescenti dall'influenza dell'industria del tabacco

di Sabrina Melchionda

I giovani e per l'no i giovanissimi sono il target principale dell'industria del tabacco, per la cui sopravvivenza è essenziale che inizino a fumare. Le nuove generazioni rappresentato dunque una fonte vitale di consumatori, in quanto permettono di sostituire chi smette di fumare o chi muore (anche) a causa del fumo. Infatti la maggior parte dei consumatori (Fasls) inizia prima dei 21 anni, molti sono ancora minorenni. È proprio ad adolescenti e bambini, e all'importanza di proteggerli dall'influenza nociva dell'industria del tabacco, che l'Organizzazione mondiale della sanità (Oms) dedica la Giornata mondiale senza tabacco, con lo scopo di sensibilizzare l'opinione pubblica e lanciare l'allarme su una situazione ritenuta grave.

Nuovo terreno di caccia è quello ampio e per lo più sprovvisto di regole dei social media, dove la pubblicità dei prodotti di tabacco e nicotina (puff, snus e altri) è presente in maniera massiccia e non di rado subdola. Come mette in luce un rapporto pubblicato da OxySuisse nell'ambito del progetto 'Transparency and Truth', pur sostenendo di rivolgersi unicamente ai fumatori adulti l'industria del tabacco impiega notevoli risorse per attrarre i giovani verso i propri prodotti là dove essi sono molto presenti visto che "il 98% di chi ha tra i 12 e i 19 anni ha almeno un profilo su un social", indica il rapporto. «Negli Stati Uniti si calcola che l'industria del tabacco investa a miliardi di dollari all'anno per pubblicità sui social», aggiunge **Michela Canevascini**, vice responsabile del progetto OxySuisse. Un monitoraggio condotto sui social ha messo in luce che la pubblicità dei prodotti a base di nicotina (sigarette elettroniche, tabacco da riscaldare o da masticare o da fiutare, eccetera) in Svizzera è onnipresente. Talmente onnipresente che agli autori dello studio è bastato creare un profilo su TikTok con il quale presentarsi come minorenne, «per osservare quanto spesso e facilmente un giovane entri in contatto con pubblicità di questi prodotti. Le rivelazioni possono essere di due tipologie: più dirette, come le campagne promosse dalla stessa industria del tabacco che ricordano per molti versi le campagne per le sigarette di qualche anno addietro, oggi pressoché sparite a causa dei divieti entrati in vigore un po' ovunque, oppure più indirette, come foto o video postati da influencer (dal numero di follower più o meno grande). Un modo, quest'ultimo, meno sfacciato di veicolare i prodotti legati al tabacco, ciò che rende complicato per un giovane (ma non solo) capire che dietro a un post ci sia invece una pubblicità» più occulta.

Presenza massiccia, marketing discreto

E se col tempo non è più la sigaretta che l'industria spinge a provare e poi consumare regolarmente, le sue strategie di marketing (pur evolute così da stare al passo coi tempi) rimangono simili nel mettere i prodotti in una luce positiva. In passato una notissima réclame di una marca di sigarette prometteva a ogni uomo 'comune' la prospettiva di trasformarsi in, o quantomeno di assomigliare a, un rude e affascinante mandriano a cavallo immerso in paesaggi naturali mozzafiato. Guardando le immagini idilliache di quella che è considerata una delle pubblicità più riuscite di sempre, è difficile immaginare che il primo pensiero fosse il fatto che fumare è nocivo per la salute. Il cowboy solitario e l'immensità dei parchi statunitensi hanno lasciato il posto a vacanze, party, festival o situazioni adrenaliniche in cui si mostrano giovani adulti affascinanti e fisicamente attraenti e 'cool', nei quali gli adolescenti si identificano. I contenuti sui social utilizzano un linguaggio giovanile e colloquiale, colori vivaci, grafica curata ed evidenziano la possibilità di vincere regali o esperienze di vita cui i giovani ambiscono; inoltre incitano alla trasgressione. Al contrario, sui social c'è poca visibilità per i contenuti orientati alla prevenzione del tabagismo. Una presenza massiccia sui social «e però spesso assai discreta, con i prodotti messi lì quasi per caso magari tra altri, ha lo scopo di farli sembrare socialmente accettabili oltre che innocui. L'obiettivo è ovviamente normalizzarne il consumo», nonostante il fatto che la nicotina – si ricorda nello studio –, insieme all'eroina e alla cocaina sia una delle sostanze che creano maggiore dipendenza. Promuovendo i suoi nuovi prodotti, l'industria del tabacco mira a porsi «paradossalmente come la soluzione al fumare 'tradizionale' e chi vuole contribuire a quello che farbescamente chiama un mondo senza fumo; cercando la prossimità con il mondo della salute. Ma trasmettere il messaggio che sigarette elettroniche e affini non siano rischiosi per la salute, è pericoloso: per quanto in misura minore rispetto alla sigaretta, non si può certo dire che siano sani e privi di rischi di sviluppare malattie tumorali o complicazioni polmonari. Se davvero si volesse ridurre il numero di morti legati al fumo, che in Svizzera è di diecimila ogni anno, bisognerebbe smettere di fare marketing mirato a bambini e adolescenti».

Come si adescano

L'industria del tabacco deve continuamente rinnovare la sua clientela e per ciò – evidenzia il rapporto di OxySuisse – ha individuato i fattori fisici e quelli psicologici che potenzialmente incoraggiano i giovani a iniziare a fumare e, soprattutto, a continuare. Tra i primi: gli aromi (non più solo tabacco e mentolo, bensì una vasta gamma che richiama anche dolci e caramelle); l'aspetto visivo dell'imballaggio (per rendere attrattivo il prodotto); la dipendenza dalla nicotina. Tra i secondi: l'aspirazione all'autonomia e allo statuto di adulto, in opposizione all'establishment (genitoriale, sociale, eccetera); l'associazione a momenti di vita significativi e percepiti come positivi (serate, amici, assunzione di rischi); il desiderio di appartenere a un gruppo; il miglioramento dell'autostima (identificazione con figure di leadership, libertà di scelta); la sperimentazione di nuovi prodotti (curiosità e desiderio di vivere nuove esperienze); la gestione di situazioni stressanti, di problemi o della noia. Le campagne sui social – sottolinea sempre lo studio – sono "efficaci. I non fumatori esposti a contenuti promozionali sul fumo su questi canali hanno il doppio delle probabilità di iniziare a usare il tabacco; e il rischio è ancor più elevato per chi è iscritto a più di due social". In Svizzera i dati sono "preoccupanti: stando all'indagine Health Behaviour in School-aged Children un giovane su quattro di 15 anni ha utilizzato una sigaretta elettronica negli ultimi 30 giorni, dato in aumento rispetto al 2018.

Svizzera ai piedi della scala

In Svizzera attualmente i prodotti del tabacco sono disciplinati nella legge sulle derrate alimentari. Nel quando dell'armonizzazione del diritto svizzero in materia a quello dell'Unione europea, nel 2014 il Parlamento decise di disciplinare i prodotti del tabacco in una legge separata. Legge (LPTab) che entrerà in vigore nell'autunno 2024 e regolerà pure sigarette elettroniche, prodotti del tabacco destinati a essere riscaldati e prodotti da fumo a base di erbe (in particolare a base di canapa a basso tenore di Thc con Cbd) e "prodotti simili". A febbraio 2022 popolo e Cantoni accolsero l'iniziativa popolare "Sì alla protezione dei fanciulli e degli adolescenti dalla pubblicità per il tabacco"; motivo per il quale la LPTab, benché non ancora in vigore, dev'essere rivista. Revisione parziale della legge ed elaborazione dell'ordinanza di applicazione della LPTab 2021 si stanno svolgendo in parallelo. Le misure definite nel campo della protezione dei minorenni della LPTab prevedono che i prodotti citati non possano essere venduti ai minorenni; ne sia vietata la pubblicità rivolta ai minorenni così come su manifesti, nel cinema, sui campi sportivi, negli spazi (interni ed esterni) di edifici pubblici, sui e nei mezzi di trasporto.

Più di una prevenzione 'individualizzata' (campagne nelle scuole, incontri con i giovani), a essere «molto, molto più efficaci – precisa Michela Canevascini – sono senz'ombra di dubbio le misure strutturali: dal tassare il tabacco alla proibizione della pubblicità alla limitazione della vendita. Laddove queste misure vengono applicate, in particolare se in forma di pacchetto, è evidente la diminuzione del numero di fumatori» di prodotti di ogni genere. La Svizzera, dove il tasso di tabagismo nei giovani è «parecchio più alto rispetto a diversi altri Paesi, con il 36° posto su 37° è ai piedi della scala in quanto a misure contro il tabacco. Un fatto derivato in gran parte dall'ingerenza e dall'influenza dell'industria del tabacco nelle politiche, 'classifica' in cui la Svizzera è 85ª su 90».

Il rapporto OxySuisse

'Nuove forme di marketing: promozione dei nuovi prodotti del tabacco e della nicotina sui social network' è stato realizzato da Unisanté (Centro universitario di medicina generale e salute pubblica di Losanna) e Promotion santé Valais nell'ambito di 'Transparency and Truth', progetto di OxySuisse sostenuto dal Fondo per la prevenzione del tabagismo. Istituito per finanziare misure di prevenzione intese a impedire l'iniziazione al fumo e a promuoverne l'abbandono, nonché a proteggere la popolazione dal fumo passivo, il Fondo è finanziato con la tassa di 2,6 centesimi applicata a ogni pacchetto di sigarette venduto, che permette di raccogliere circa 13 milioni di franchi all'anno. L'obiettivo del Fondo è ridurre a lungo termine il consumo di tabacco in Svizzera e assicurare una prevenzione efficiente e duratura. Il 20%-30% delle sue entrate annuali sono destinate a progetti nello sport e attività fisica; come il programma «cool and clean» di Swiss Olympic, che mira a promuovere uno sport leale, pulito e di successo, sostenendo i dirigenti a incoraggiare le competenze psicosociali dei giovani, a identificare precocemente derive pericolose e a reagire correttamente. Lo scopo di 'Transparency and Truth' è fare luce sull'epidemia di fumo in Svizzera e sulle sue cause, svelando e smontando le pratiche dell'industria del tabacco. Il progetto affronta una serie di questioni, tra cui la strumentalizzazione del mondo accademico, le pratiche di greenwashing, le strategie di marketing rivolte ai giovani e lo sponsoring.

COMS

'Trappole al gusto di caramella'

La Giornata mondiale senza tabacco dell'Organizzazione mondiale della sanità si celebra ogni anno il 31 maggio. Il 2024 darà spazio ai giovani, che chiederanno ai governi di proteggerli dalle tattiche predatorie del marketing del tabacco. L'industria si rivolge ai giovani per ottenere profitti a vita, creando una nuova ondata di dipendenza. Ovunque – scrive l'Oms nel suo sito – i bambini utilizzano le sigarette elettroniche a tassi superiori a quelli degli adulti.

La Giornata è stata preceduta dal lancio di 'Hooking the next generation', rapporto dell'Oms e Stop (organo di controllo globale dell'industria del tabacco e della nicotina) che evidenzia come questa industria progetti i propri prodotti, implementi le campagne di marketing e lavori per plasmare gli ambienti politici in modo da favorire la dipendenza dei giovani nel mondo. L'analisi mostra che a livello globale si stima che 37 milioni di giovani tra i 13 e i 15 anni facciano uso di tabacco e in molti Paesi il tasso di utilizzo di sigarette elettroniche tra gli adolescenti superi quello degli adulti. In Europa, specifica l'Oms, il 20% dei quindicenni intervistati ha dichiarato di aver usato sigarette elettroniche negli ultimi 30 giorni. "La storia si ripete, mentre l'industria del tabacco cerca di vendere ai bambini la stessa nicotina, in confezioni diverse – ha dichiarato il direttore generale dell'Oms Tedros Ghebreyesus –. Queste industrie si rivolgono attivamente a scuole, bambini e giovani con nuovi prodotti che sono essenzialmente una trappola al gusto di caramelle. Come possono parlare di riduzione del danno, quando commercializzano questi prodotti pericolosi ed alta dipendenza per i bambini?". Una ricerca condotta negli Stati Uniti, riporta sempre il sito dell'Oms, ha rilevato come oltre il 70% dei giovani utilizzatori di sigarette elettroniche smetterebbe, se i prodotti fossero disponibili solamente al gusto di tabacco e non di dolci o frutta.

Datum: 01.06.2024

WERBEWOCHE

Maxomedia lance la "litière pour chat Poke Bowl" à l'occasion de la Journée mondiale sans tabac

Sous le leitmotiv "Don't get fogged", Maxomedia lance une campagne de prévention de la nicotine en collaboration avec Oxysuisse et le fonds de prévention du tabagisme TPF. De courtes vidéos adaptées au groupe cible doivent permettre d'informer les jeunes sur les stratégies manipulatrices de l'industrie du tabac et de la nicotine.

2024-05-31, Rédaction

L'industrie du tabac et de la nicotine emballe habilement ses produits nocifs pour la santé dans des promesses colorées et sucrées sur les médias sociaux afin d'inciter les jeunes à consommer. Avec la question "Qu'est-ce qui est aussi stupide qu'un beignet nappé de vernis à ongles ?" et la réponse correspondante : "Des myrtilles avec de la nicotine", la campagne veut envoyer un message clair au jeune groupe cible : Ne te laisse pas berner par l'industrie du tabac et de la nicotine. La campagne mène à la page de renvoi Unfogged.chVous y trouverez des explications sur d'autres astuces.

Générateur de vidéos comme point fort

Dans le cadre de la campagne, il est possible de créer une vidéo de produit individuelle et totalement absurde à l'aide d'un générateur de vidéo sur la page de renvoi. L'IA combine quelque chose de délicieux avec quelque chose de vraiment stupide, même en images, et veut ainsi montrer à quel point ces astuces sont vraiment ridicules. Ceux qui n'ont pas d'idée spontanée peuvent trouver l'inspiration en cliquant sur le bouton "Donnez une idée". Les vidéos peuvent être partagées directement sur TikTok avec le groupe de pairs.

Gamification pour le jeune groupe cible

La campagne mise également sur la gamification : en utilisant Minecraft comme plateforme, la prévention est transmise de manière ludique. Sur "Foggy Island" sur Unfogged.ch/minecraft les jeunes peuvent se plonger dans les pratiques cachées de l'industrie du tabac. Avec un peu d'habileté, ils pourront découvrir les sombres secrets et gagner des prix totalement inoffensifs.

Responsable chez TnT: Michela Canvascini (directrice adjointe du projet, OxySuisse), Pascal Diethelm (directeur OxySuisse), Stephan Brun (collaborateur scientifique TPF), Cédric Gummy (collaborateur scientifique TPF).
Responsable chez Maxomedia: Simon Muster (responsabilité générale), Fabio Grimaldi (direction artistique), Erika Dobler, Anna Jacobi (gestion de projet), Guido Gloor (directeur numérique), Ivan Prodanov (front-end), Alex Schicht (serveur Minecraft).

Datum: 28.03.2024

Le Nouvelliste

SANTÉ

Vapoter sans risque? Ne tombez pas dans le piège de la publicité

TABAGISME Vapoter ou tirer sur une puff est devenu un geste à la mode, surtout chez les jeunes. Comprendre le phénomène et prévenir les dépendances passe par un décryptage de la publicité et un meilleur dialogue sur les risques.

PAR YANNICK BARILLON, JOURNALISTE RP

Le Valais interdit la vente des produits du tabac et de la nicotine aux mineurs. Mais les nouveaux produits du tabac et nicotinés sont partout. Tabac chauffé, cigarettes électroniques, puffs bar ou snus, ils séduisent de plus en plus de jeunes. Certains deviennent accros, alors qu'ils n'avaient jamais fumé auparavant. Une nouvelle étude d'OxySuisse, menée par Unisanté et Promotion santé Valais, confirme cette tendance. Responsable du CIPRET-Valais et coauteur de l'étude, Alexandre Dubuis exprime son inquiétude: «Avec ces nouveaux produits très attractifs et facilement accessibles, nous assistons à une renormalisation de la gestuelle du fumeur, et de la consommation dans l'espace public.» Si certains produits sans nicotine tels que les vaporettes aident des adultes à stopper le tabac, le marketing de l'industrie veut appâter et fidéliser de nouveaux et jeunes consommateurs. Or, rares sont ceux qui commencent à fumer après l'âge de 20 ans.

Isabelle Gaucher Mader, chargée de prévention pour Promotion santé Valais, sensibilise les élèves et les apprentis dans les écoles. «La majorité connaissent ces nouveaux produits. Beaucoup en consomment régulièrement sans avoir conscience des risques pour la santé. Certains confient avoir des angines chroniques, et des problèmes de gencives avec l'usage des puffs ou du snus.» Mais comment en est-on arrivé là?

> **«AVEC CES NOUVEAUX PRODUITS TRÈS ATTRACTIFS, NOUS ASSISTONS À UNE RENORMALISATION DE LA GESTUELLE DU FUMEUR.»**
>
> ALEXANDRE DUBUIS
> RESPONSABLE DU CIPRET-VALAIS

Comprendre le marketing de l'industrie

Colorés, avec des arômes de bonbons et des vapeurs fruitées, les nouveaux produits à la mode sont créés sur mesure pour plaire aux plus jeunes. Pour Alexandre Dubuis, «la publicité véhicule le message de la réduction des risques. Tout est fait pour s'habituer au produit avec la croyance que ce n'est pas si dangereux.»

L'étude d'OxySuisse démontre aussi que les enfants et les adolescents sont plus exposés que les adultes à ces publicités, omniprésentes sur les réseaux sociaux. «L'industrie fait appel à des influenceurs. Ils promeuvent les produits nicotinés sur leurs comptes, en particulier sur TikTok, mais ne respectent pas toujours le cadre légal, comme la mention du caractère sponsorisé. Il existe encore un vide juridique en Suisse pour interdire ce type

LausanneCités
Plus indépendant que jamais!
6 juin 2024

Les réseaux sociaux, nouveau terrain de jeu de l'industrie du tabac

SANTÉ PUBLIQUE · Une nouvelle étude menée par OxySuisse, en collaboration avec Unisanté et Promotion Santé Valais révèle l'omniprésence de la publicité pour les produits du tabac sur les réseaux sociaux. Déguisée sous forme de contenu «cool», elle vise à normaliser la consommation de nicotine chez les ados.

Publié à l'occasion de la Journée mondiale sans tabac du 31 mai, le rapport souligne l'urgence de protéger les jeunes face à l'industrie du tabac, qui prend principalement pour cible ces derniers, la plupart des fumeurs commençant à l'adolescence. Et quel meilleur moyen aujourd'hui que de passer par les réseaux sociaux, sachant qu'environ 98% des 12-19 ans y ont un profil?

«L'industrie n'a toujours pas changé son fusil d'épaule: son objectif reste de faire plonger le plus tôt possible les enfants dans la dépendance. Elle profite du laxisme des réglementations pour promouvoir ses produits et emploie des personnes influenceuses pour maquiller ses publicités» explique Jérémy Cros, chargé de projets en prévention du tabagisme à Unisanté et co-auteur de l'étude.

Des stratégies marketing bien rodées

On retrouve ainsi des produits nicotinés aux arômes attrayants sur les photos de ces personnalités à la mode, lors de festivals entourés d'amis ou placés dans d'autres contextes à l'image positive. La mention du caractère sponsorisé étant souvent «oubliée» par ces derniers, les enfants et ados, en quête d'identification, répliquent les comportements de ceux qu'ils valorisent. Selon une étude citée dans le rapport, ils auraient deux fois plus de risques de commencer à fumer suite à la présence du contenu promotionnel tabagique sur les réseaux comparés à ceux qui n'y sont pas exposés. En Suisse, les recherches montrent également qu'un jeune de quinze ans sur quatre a consommé une cigarette électronique au cours des 30 derniers jours.

123RF

La loi suisse à la traîne

«Ce sont surtout les puffs, les snus, et les pouches qui sont promus, des nouveaux produits parfois non soumis aux mêmes lois que les cigarettes conventionnelles, mais tout aussi addictifs et dangereux» indique Michela Canevascini, directrice adjointe de projet à OxySuisse. La Suisse est le deuxième pays au monde où l'industrie du tabac a un impact aussi considérable, promouvant ses intérêts commerciaux au détriment de la santé de la population.» La nouvelle Loi sur les produits du tabac devrait toutefois entrer en vigueur prochainement et interdire cette publicité sur les sites destinés aux mineurs.

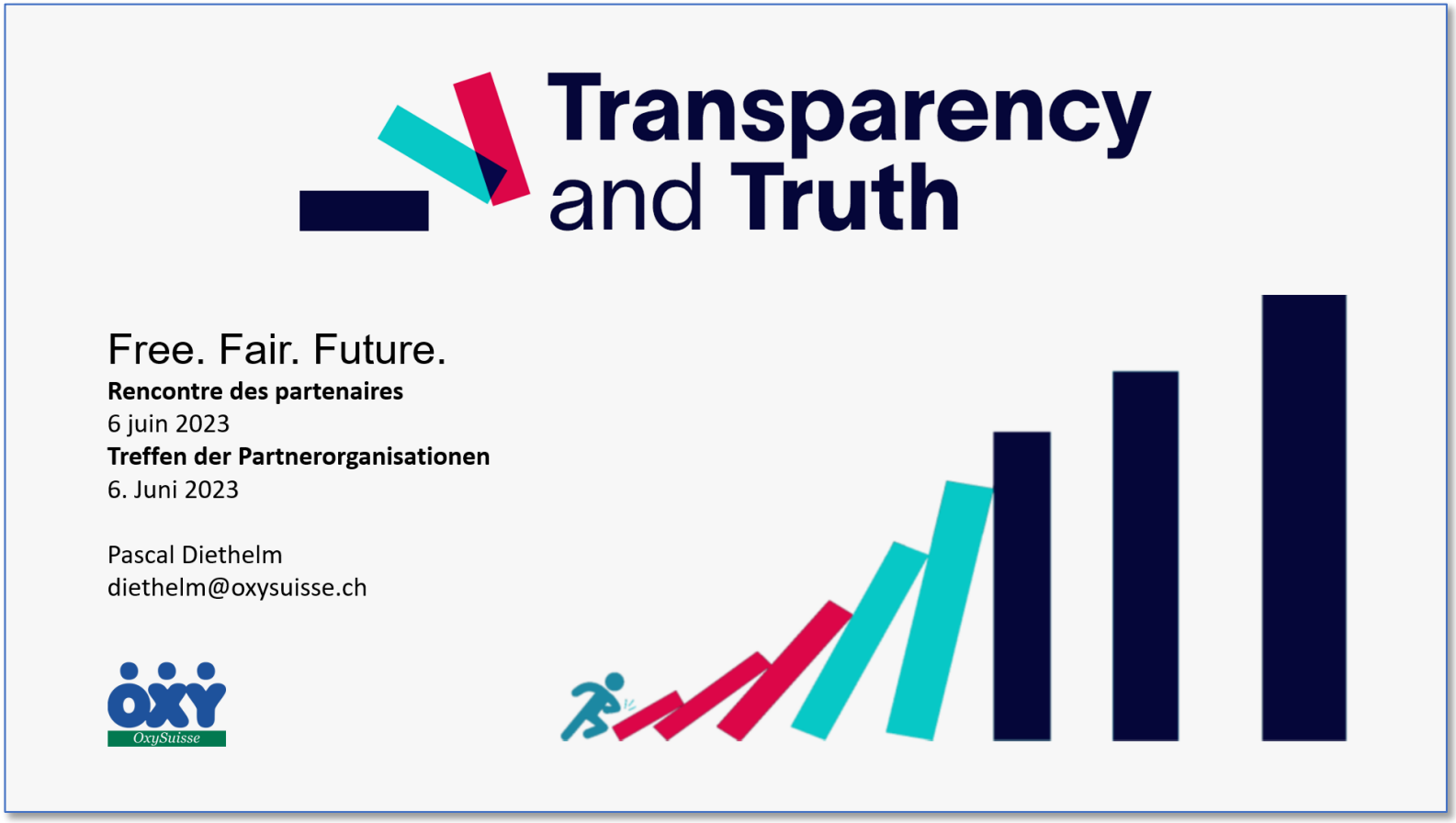
«Les données démontrent que la publicité joue un rôle-clé dans l'entrée en consommation du tabac. Interdire la publicité du tabac est une mesure efficace pour la santé de la population. C'est ce que demande l'initiative *Enfants sans tabac* acceptée en 2022» explique Luc Lebon, responsable du secteur prévention du tabagisme à Unisanté.

Les efforts de sensibilisation et la législation doivent encore être renforcés pour protéger les jeunes. Sanctionner les contrevenants, surveiller les infractions sur les réseaux et assurer le contrôle des règles en vigueur font partie des autres méthodes mises en avant par l'étude. ■

Kristell Moullec

Contrôle qualité

AUTRES ACTIVITÉS D'OXYSUISSE



6 juin 2023 – Présentation du projet TnT lors de la rencontre avec les partenaires du programme Free. Fair. Future. du FPT

Le tabac du point de vue économique

et réglementaire

Pascal Diethelm

Président d'OxySuisse

diethelm@oxysuisse.ch

21 juin 2023 – Présentation à l'invitation de la Coordination politique des addictions dans le cadre de Plattform Cannabis 21.06.23 : « Entre profit et protection de la santé : une discussion critique sur la réglementation en matière de cannabis »

Présentations

Economic and political challenges, and taxation of heated tobacco products

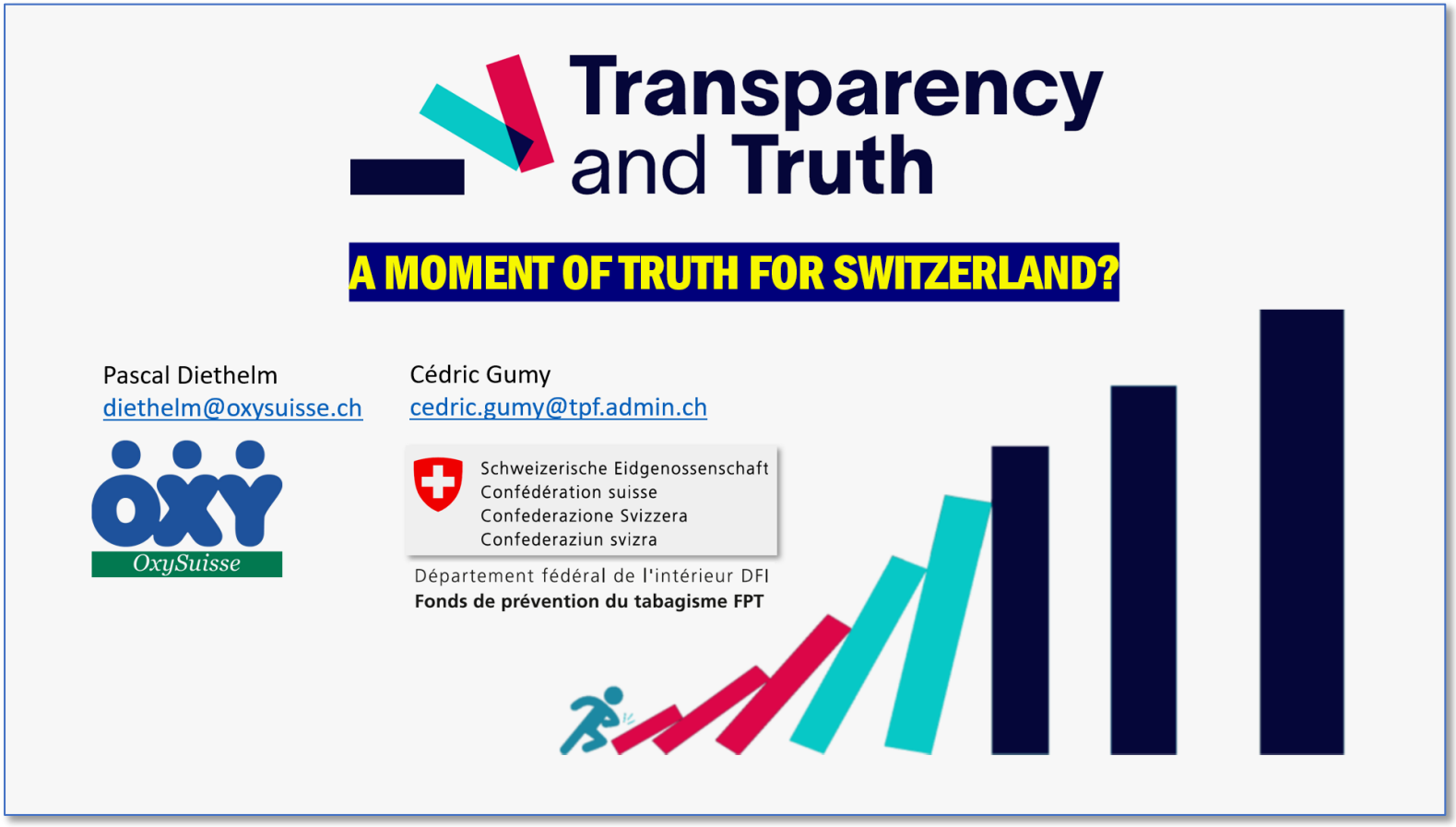
Pascal Diethelm
President, OxySuisse - diethelm@oxysuisse.ch

22 June 2023

22 juin 2023 – Présentation à l'invitation du Global Health Center du Geneva Graduate Institute et UniGE

7 juillet 2023 – Présentation à l’invitation de Campaign for Tabacco-Free Kids (CTFK) Afrique

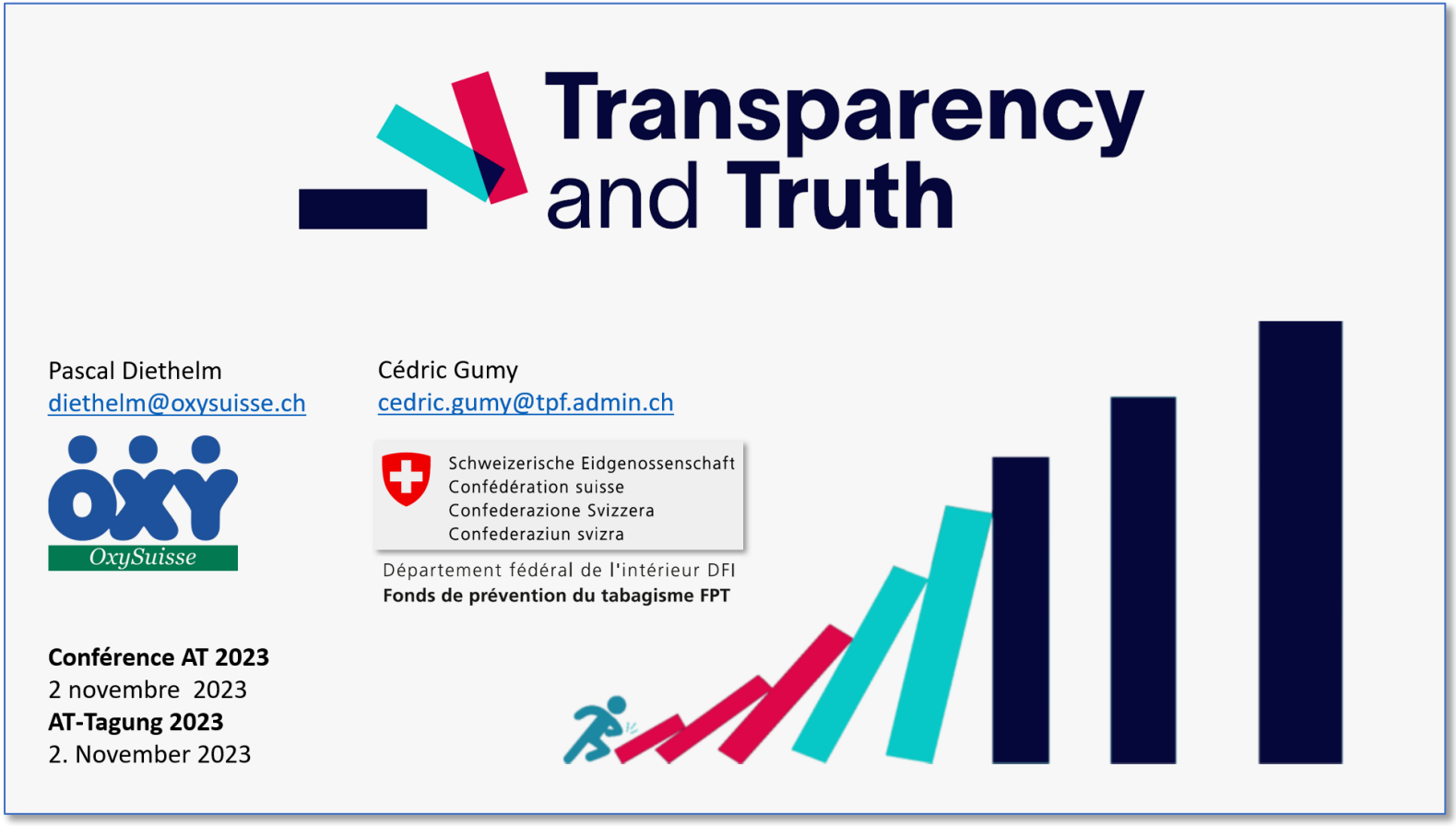
Présentations



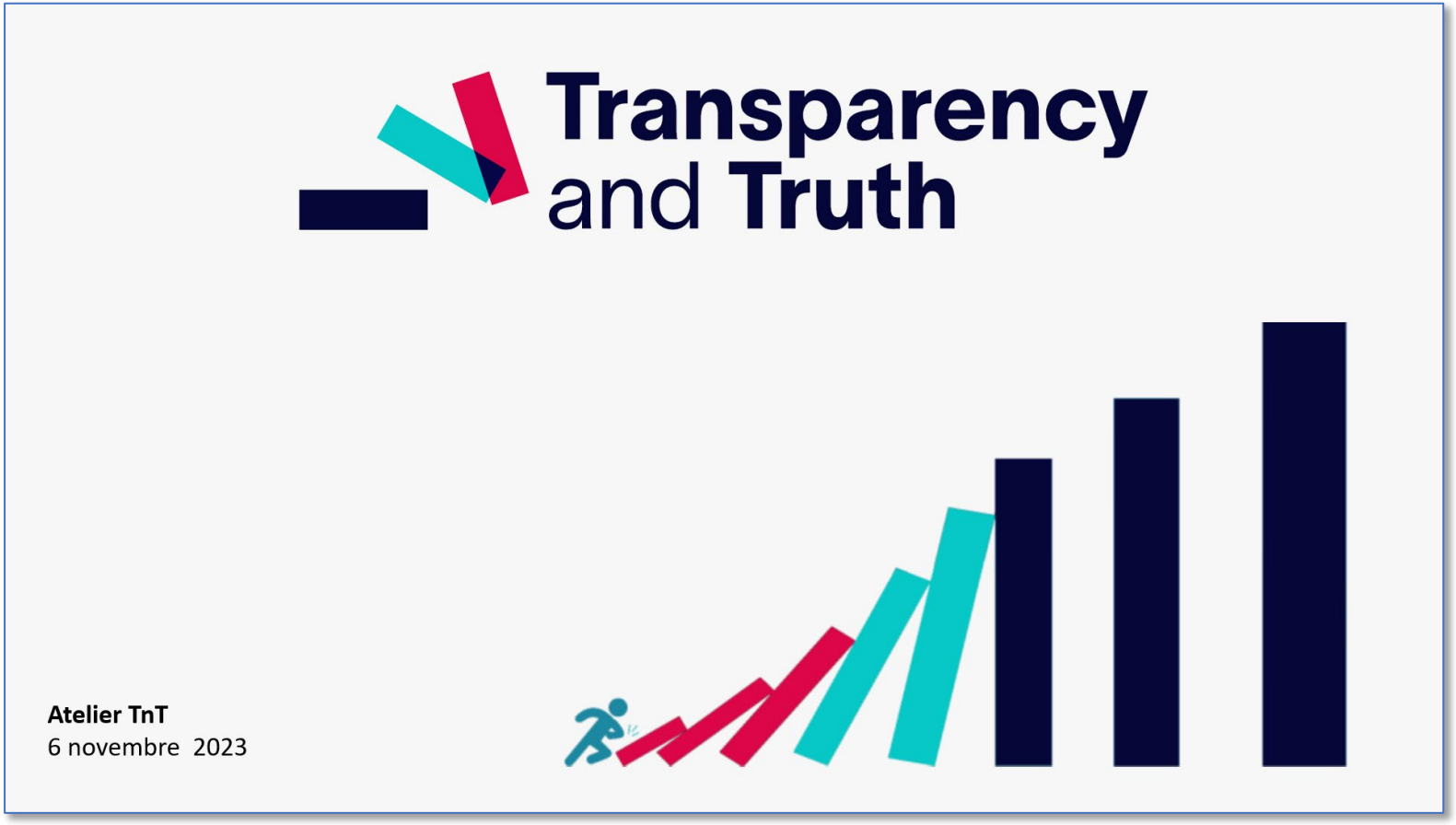
12 octobre 2023 – Présentation du projet TnT lors du congrès de l'ENSP à Florence

AUTRES ACTIVITÉS

Présentations



2 novembre 2023 – Présentation du projet TnT lors de la journée de l'AT à Berne



6 novembre 2023 – Présentation lors de l'atelier TnT à Berne

Tobacco Harm Reduction: too serious a matter to be left to the tobacco industry

Pascal A. Diethelm

President, OxySuisse

OxySuisse

16 novembre 2023 – Présentation à l'invitation de UK E-Cigarette Summit, Royal College of Physicians, London

Présentations

8 décembre 2023 – Présentation à l'invitation de la Geneva School of Economics and Management, UniGE

AUTRES ACTIVITÉS

Présentations

18 mars 2024 – Présentation à l'invitation du CAS de santé publique, Unisanté, Lausanne

AUTRES ACTIVITÉS

Présentations

2 avril 2024 – Présentation à MaxoMedia, dans le cadre de la communication TnT

AUTRES ACTIVITÉS

La pollution causée par la fumée du tabac

Pascal Diethelm

Président, OxySuisse

4 juin 2024 - Présentation à l'invitation du CEDIDAC, Unil, lors de la demi-journée « santé publique » sur « Le défi des polluants »
sous la supervision des prof. de droit Valérie Junod et Frédéric Erard

AUTRES ACTIVITÉS

Publications

Tobacco Control
« Why did Swiss citizens vote to ban Tobacco advertising » Collaboration OxySuisse-Unisanté.

Special communication

OPEN ACCESS

Why did Swiss citizens vote to ban tobacco advertising?

Luc Lebon [1], Pascal Diethelm,[2] Valentine Ballmer,[1] Hugo Molineaux,[2] Karin Zürcher,[1] Jacques Cornuz[1]

[1]Center for Primary Care and Public Health (Unisanté), University of Lausanne, Lausanne, Switzerland
[2]OxySuisse, Geneva, Switzerland

Correspondence to
Dr Luc Lebon, Center for Primary Care and Public Health (Unisanté), University of Lausanne, Lausanne, Switzerland; luc.lebon@unisante.ch

Received 8 February 2023
Accepted 25 September 2023

ABSTRACT
In February 2022, Swiss citizens agreed to modify the Swiss Constitution to ban tobacco advertising reaching children and adolescents. This case study analyses the arguments used by both opponents and supporters of the constitutional amendment. Opponents argued that the proposed regulation went too far, threatened the economy, restricted personal freedom, was superfluous as the current law already protected youth and that it opened the door to marketing bans of other harmful products. Proponents focused on youth protection and invoked the burden of smoking on public health and the fact that advertising bans are an effective evidence-based measure. A comparison with previous campaigns to ban tobacco advertising that had failed suggests factors accounting for the positive vote in 2022. These include the strategic framing of youth protection, the separation of tobacco from other issues (such as alcohol advertising), the deteriorating image of the tobacco industry and the ability of the proponents to mobilise a broad coalition of health and youth organisations, with improved funding and communication. The lessons may be instructive for other campaigns seeking to regulate commercial determinants of health.

WHAT IS ALREADY KNOWN ON THIS TOPIC
⇒ A comprehensive ban on tobacco advertising, promotion and sponsorship is an effective tobacco control measure.
⇒ Switzerland has weak tobacco regulations and its citizens previously rejected bans on tobacco advertising in votes held in 1979 and 1993.

WHAT THIS STUDY ADDS
⇒ This study analyses reasons for the success of the 2022 Swiss popular initiative to ban tobacco advertising reaching children and youth.
⇒ Success factors include its focus on youth protection, the effectiveness of the measure in other countries and a large coalition.

HOW THIS STUDY MIGHT AFFECT RESEARCH, PRACTICE OR POLICY
⇒ Aiming for what is acceptable to public opinion (youth protection) rather than what is preferable in terms of public health (total advertising ban) was a success factor, notably through a larger coalition.
⇒ Involvement of citizens and civil society can help to frame health policies in favour of public interest.

INTRODUCTION
Tobacco advertising contributes to the spread of the tobacco epidemic. Together with high taxation, health warnings, protection from tobacco smoke, bans on sales to minors and cessation aid, a comprehensive ban of tobacco advertising, promotion and sponsorship is one of the major evidence-based measures from the WHO Framework Convention on Tobacco Control (FCTC). A 2016 analysis of 66 countries with comprehensive tobacco advertising bans estimated that they reduced tobacco consumption by an average of 12%.[1]

To our knowledge, Switzerland—a country that is home to major tobacco companies—is the only country to have held a national vote on banning tobacco advertising. In fact, it has done so three times. In national votes in 1979 and 1993, Swiss citizens rejected such a ban.[2] Previous analyses proposed reasons for the failure in 1993.[3] In February 2022, a new constitutional initiative to ban tobacco advertising reaching children and youth was accepted.[4] The aim of this article is to analyse how this third attempt succeeded.

BACKGROUND
In Switzerland, the prevalence of tobacco smoking has remained stable at a high level of around 27% of the population (age >15 years) since 2007[5] (and may be underestimated[6]). Tobacco products cause 9500 deaths per year, making it the leading preventable cause of death.[7]

Switzerland has notoriously weak tobacco control regulations, ranking 36th out of 37 countries overall and last in terms of advertising bans in a 2021 report.[8] Additionally, the Global Tobacco Industry Interference Index 2021 ranks Switzerland as 79th out of 80 countries assessed.[9] Although the government signed the FCTC in 2004, Switzerland is one of the few countries that have not ratified it.[10] Switzerland's poor performance may be linked to the influence of the tobacco industry.[11 12]

At the national level, tobacco advertising on radio and television is banned. Advertising *aimed specifically* at young people is also prohibited, with almost no impact (as most advertisements can still reach them). The cantons (26 states that constitute the Swiss Confederation) can enact additional local laws. For instance, many cantons prohibit billboard advertising for tobacco products.[13] Overall, there has been no real political will to address the issue of tobacco advertising at the national level.

In 2015, the Swiss government drafted a law on tobacco products, which was more a consequence

Check for updates

© Author(s) (or their employer(s)) 2023. Re-use permitted under CC BY-NC. No commercial re-use. See rights and permissions. Published by BMJ.

To cite: Lebon L, Diethelm P, Ballmer V, *et al*. *Tob Control* Epub ahead of print: [*please include* Day Month Year]. doi:10.1136/tc-2023-057986

Tob Control: first published as 10.1136/tc-2023-057986 on 27 October 2023. Downloaded from http://tobaccocontrol.bmj.com/ on June 5, 2024 by guest. Protected by copyright.

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. Présentation des membres du personnel d'OxySuisse :
   - Michela Canevascini (proposée au poste de directrice d'OxySuisse)
   - Hugo Molineaux
   - Esther Kleinhage
   - Barbara Ducry

   Explications sur la situation du président en tant que salarié de l'association à la demande du Fonds de prévention du tabagisme (aspects légaux).
   Approbation de la nomination de Michela Canevascini au poste de directrice d'OxySuisse.
4. Rapport d'activités 2023/2024
5. **Rapport du trésorier, approbation des comptes 2023, décharge donnée au comité et au trésorier de leur gestion**
6. Présentation et discussion des projets en cours et à venir d'OxySuisse
   - Continuation du projet « Transparency and Truth » (TnT) sur mandat du Fonds de prévention du tabagisme (nouveau mandat) – Dossiers thématiques réalisés et dossiers en cours ; exploitation médiatique de ces dossiers
   - «Tabac et droits humains en Suisse» – Actions envisagées par OxySuisse
   - Participation d'OxySuisse aux activités nationales et internationales
7. Modification des statuts d'OxySuisse – Ouverture de la discussion (pourquoi, quelles modifications, quand)
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	2023	2022
	CHF	CHF
A C T I F		
Actifs circulants		
Liquidités	12'889.40	14'744.93
Débiteurs et travaux en cours	68'635.80	27'207.02
Actifs transitoires	5'434.90	1'100.80
Total des actifs circulants	86'960.10	43'052.75
Total de l'actif	**86'960.10**	**43'052.75**

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	2023	2022
	CHF	CHF
PASSIF		
Capitaux étrangers à court terme		
Créanciers, fournisseurs	45'882.80	5'318.50
Salaires à payer	10'403.30	10'403.30
TVA à payer	2'383.35	2'515.85
Passifs transitoires	17'000.00	16'400.00
Total des capitaux étrangers à court terme	75'669.45	34'637.65
Capitaux propres		
Capital de l'association	8'415.10	3'001.94
Résultat au bilan	2'875.55	5'413.16
Total des capitaux propres	11'290.65	8'415.10
Total du passif	**86'960.10**	**43'052.75**

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	2023	2022
	CHF	CHF
Produits d'exploitation		
Chifrre d'affaires	296'237.63	131'954.67
Total des produits d'exploitation	296'237.63	131'954.67
Charges d'exploitation		
Charges directes	146'136.30	6'167.15
Indemnités séance Task Force	2'638.79	7'464.60
Salaires et charges sociales	128'310.20	104'312.50
Loyers	5'600.00	0.00
Honoraires	3'816.65	3'300.00
Frais d'administration	1'995.93	3'443.68
Frais Comité - AG	794.00	357.20
Frais Campagnes	0.00	768.28
Frais congrès, formations, déplacement	2'575.53	614.10
Total des charges d'exploitation	291'867.40	126'427.51
Bénéfice d'exploitation	**4'370.23**	**5'527.16**
Produits et charges hors exploitation		
Résultat financier	8.92	-114.00
Impôts et taxes	-1'503.60	0.00
Total des produit et charges hors exploitation	-1'494.68	-114.00
Bénéfice de l'exercice	**2'875.55**	**5'413.16**

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

ANNEXE AUX COMPTES ANNUELS SELON ARTICLE 959 C CO ARRETES AU 31 DECEMBRE	2023	2022
Art. 959c al1 CO	CHF	CHF
1) Informations sur les principes comptables appliqués, -Les présents comptes annuels on été établis conformémant au code des obligations (article 957 à 962)		
2) Informations, détails et commentaires concernant certains postes du bilan et du compte de résultat	Néant	Néant
3) Dissolution nette de réserves latentes	Néant	Néant
4) Moyenne annuelle des emplois à pleins temps	Néant	Néant
5) Participation directe détenue	Néant	Néant
6) Nombre de parts propres détenues	Néant	Néant
7) Dettes découlant de contrats de leasing supérieurs à un an	Néant	Néant
8) Dettes envers des institutions de prévoyances	*489.20*	*21.45*
9) Montant total des sûretés constituées en faveur de tiers	Néant	Néant
10) Montant total des actifs engagés en garantie des dettes de l'entreprise et celui des actifs grevés d'une réserve de propriété	Néant	Néant
11) Engagement conditionnel	Néant	Néant
12) Nombre et valeur des droits de participation ou des options sur de tels droits accordés aux membres des organes de direction et d'administration ainsi qu'aux collaborateurs	Néant	Néant
13) Explications relatives aux postes extraordinaires	Néant	Néant
14) Evenements survenus après la date du bilan	Néant	Néant
15) Motifs de la démission de l'organe de révision	Néant	Néant
16) Emprunts obligataires émis par la société	Néant	Néant
17) Autres indications prévues par la loi	Néant	Néant
18) Indications non préscrites par la loi	Néant	Néant

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. Présentation des membres du personnel d'OxySuisse :
   - Michela Canevascini (proposée au poste de directrice d'OxySuisse)
   - Hugo Molineaux
   - Esther Kleinhage
   - Barbara Ducry

   Explications sur la situation du président en tant que salarié de l'association à la demande du Fonds de prévention du tabagisme (aspects légaux).
   Approbation de la nomination de Michela Canevascini au poste de directrice d'OxySuisse.
4. Rapport d'activités 2023/2024
5. **Rapport du trésorier, approbation des comptes 2023, décharge donnée au comité et au trésorier de leur gestion**
6. Présentation et discussion des projets en cours et à venir d'OxySuisse
   - Continuation du projet « Transparency and Truth » (TnT) sur mandat du Fonds de prévention du tabagisme (nouveau mandat) – Dossiers thématiques réalisés et dossiers en cours ; exploitation médiatique de ces dossiers
   - «Tabac et droits humains en Suisse» – Actions envisagées par OxySuisse
   - Participation d'OxySuisse aux activités nationales et internationales
7. Modification des statuts d'OxySuisse – Ouverture de la discussion (pourquoi, quelles modifications, quand)
8. Renouvellement du comité
9. 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. Présentation des membres du personnel d'OxySuisse :
   - Michela Canevascini (proposée au poste de directrice d'OxySuisse)
   - Hugo Molineaux
   - Esther Kleinhage
   - Barbara Ducry

   Explications sur la situation du président en tant que salarié de l'association à la demande du Fonds de prévention du tabagisme (aspects légaux).
   Approbation de la nomination de Michela Canevascini au poste de directrice d'OxySuisse.
4. Rapport d'activités 2023/2024
5. Rapport du trésorier, approbation des comptes 2023, décharge donnée au comité et au trésorier de leur gestion
6. **Présentation et discussion des projets en cours et à venir d'OxySuisse**
   - Continuation du projet « Transparency and Truth » (TnT) sur mandat du Fonds de prévention du tabagisme (nouveau mandat) – Dossiers thématiques réalisés et dossiers en cours ; exploitation médiatique de ces dossiers
   - «Tabac et droits humains en Suisse» – Actions envisagées par OxySuisse
   - Participation d'OxySuisse aux activités nationales et internationales
7. Modification des statuts d'OxySuisse – Ouverture de la discussion (pourquoi, quelles modifications, quand)
8. Renouvellement du comité
9. 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. Présentation des membres du personnel d'OxySuisse :
   - Michela Canevascini (proposée au poste de directrice d'OxySuisse)
   - Hugo Molineaux
   - Esther Kleinhage
   - Barbara Ducry

   Explications sur la situation du président en tant que salarié de l'association à la demande du Fonds de prévention du tabagisme (aspects légaux).
   Approbation de la nomination de Michela Canevascini au poste de directrice d'OxySuisse.
4. Rapport d'activités 2023/2024
5. Rapport du trésorier, approbation des comptes 2023, décharge donnée au comité et au trésorier de leur gestion
6. Présentation et discussion des projets en cours et à venir d'OxySuisse
   - **Continuation du projet « Transparency and Truth » (TnT) sur mandat du Fonds de prévention du tabagisme (nouveau mandat) – Dossiers thématiques réalisés et dossiers en cours ; exploitation médiatique de ces dossiers**
   - «Tabac et droits humains en Suisse» – Actions envisagées par OxySuisse
   - Participation d'OxySuisse aux activités nationales et internationales
7. Modification des statuts d'OxySuisse – Ouverture de la discussion (pourquoi, quelles modifications, quand)
8. Renouvellement du comité
9. 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. Présentation des membres du personnel d'OxySuisse :
   - Michela Canevascini (proposée au poste de directrice d'OxySuisse)
   - Hugo Molineaux
   - Esther Kleinhage
   - Barbara Ducry

   Explications sur la situation du président en tant que salarié de l'association à la demande du Fonds de prévention du tabagisme (aspects légaux).
   Approbation de la nomination de Michela Canevascini au poste de directrice d'OxySuisse.
4. Rapport d'activités 2023/2024
5. Rapport du trésorier, approbation des comptes 2023, décharge donnée au comité et au trésorier de leur gestion
6. Présentation et discussion des projets en cours et à venir d'OxySuisse
   - Continuation du projet « Transparency and Truth » (TnT) sur mandat du Fonds de prévention du tabagisme (nouveau mandat) – Dossiers thématiques réalisés et dossiers en cours ; exploitation médiatique de ces dossiers
   - **«Tabac et droits humains en Suisse» – Actions envisagées par OxySuisse**
   - Participation d'OxySuisse aux activités nationales et internationales
7. Modification des statuts d'OxySuisse – Ouverture de la discussion (pourquoi, quelles modifications, quand)
8. Renouvellement du comité
9. 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. Présentation des membres du personnel d'OxySuisse :
   - Michela Canevascini (proposée au poste de directrice d'OxySuisse)
   - Hugo Molineaux
   - Esther Kleinhage
   - Barbara Ducry

   Explications sur la situation du président en tant que salarié de l'association à la demande du Fonds de prévention du tabagisme (aspects légaux).
   Approbation de la nomination de Michela Canevascini au poste de directrice d'OxySuisse.
4. Rapport d'activités 2023/2024
5. Rapport du trésorier, approbation des comptes 2023, décharge donnée au comité et au trésorier de leur gestion
6. Présentation et discussion des projets en cours et à venir d'OxySuisse
   - Continuation du projet « Transparency and Truth » (TnT) sur mandat du Fonds de prévention du tabagisme (nouveau mandat) – Dossiers thématiques réalisés et dossiers en cours ; exploitation médiatique de ces dossiers
   - «Tabac et droits humains en Suisse» – Actions envisagées par OxySuisse
   - **Participation d'OxySuisse aux activités nationales et internationales**
7. Modification des statuts d'OxySuisse – Ouverture de la discussion (pourquoi, quelles modifications, quand)
8. Renouvellement du comité
9. 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. Présentation des membres du personnel d'OxySuisse :
   - Michela Canevascini (proposée au poste de directrice d'OxySuisse)
   - Hugo Molineaux
   - Esther Kleinhage
   - Barbara Ducry

   Explications sur la situation du président en tant que salarié de l'association à la demande du Fonds de prévention du tabagisme (aspects légaux).
   Approbation de la nomination de Michela Canevascini au poste de directrice d'OxySuisse.
4. Rapport d'activités 2023/2024
5. Rapport du trésorier, approbation des comptes 2023, décharge donnée au comité et au trésorier de leur gestion
6. Présentation et discussion des projets en cours et à venir d'OxySuisse
   - Continuation du projet « Transparency and Truth » (TnT) sur mandat du Fonds de prévention du tabagisme (nouveau mandat) – Dossiers thématiques réalisés et dossiers en cours ; exploitation médiatique de ces dossiers
   - «Tabac et droits humains en Suisse» – Actions envisagées par OxySuisse
   - Participation d'OxySuisse aux activités nationales et internationales
7. **Modification des statuts d'OxySuisse – Ouverture de la discussion (pourquoi, quelles modifications, quand)**
8. Renouvellement du comité
9. 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. Présentation des membres du personnel d'OxySuisse :
   - Michela Canevascini (proposée au poste de directrice d'OxySuisse)
   - Hugo Molineaux
   - Esther Kleinhage
   - Barbara Ducry

   Explications sur la situation du président en tant que salarié de l'association à la demande du Fonds de prévention du tabagisme (aspects légaux).
   Approbation de la nomination de Michela Canevascini au poste de directrice d'OxySuisse.
4. Rapport d'activités 2023/2024
5. Rapport du trésorier, approbation des comptes 2023, décharge donnée au comité et au trésorier de leur gestion
6. Présentation et discussion des projets en cours et à venir d'OxySuisse
   - Continuation du projet « Transparency and Truth » (TnT) sur mandat du Fonds de prévention du tabagisme (nouveau mandat) – Dossiers thématiques réalisés et dossiers en cours ; exploitation médiatique de ces dossiers
   - «Tabac et droits humains en Suisse» – Actions envisagées par OxySuisse
   - Participation d'OxySuisse aux activités nationales et internationales
7. Modification des statuts d'OxySuisse – Ouverture de la discussion (pourquoi, quelles modifications, quand)
8. **Renouvellement du comité**
9. Divers

COMITÉ D'OXYSUISSE

Fonction	*NOM Prénom*	*Canton*	*Rôle*
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. Adoption du procès-verbal de la précédente assemblée générale
3. Présentation des membres du personnel d'OxySuisse :
   - Michela Canevascini (proposée au poste de directrice d'OxySuisse)
   - Hugo Molineaux
   - Esther Kleinhage
   - Barbara Ducry

   Explications sur la situation du président en tant que salarié de l'association à la demande du Fonds de prévention du tabagisme (aspects légaux).
   Approbation de la nomination de Michela Canevascini au poste de directrice d'OxySuisse.
4. Rapport d'activités 2023/2024
5. Rapport du trésorier, approbation des comptes 2023, décharge donnée au comité et au trésorier de leur gestion
6. Présentation et discussion des projets en cours et à venir d'OxySuisse
   - Continuation du projet « Transparency and Truth » (TnT) sur mandat du Fonds de prévention du tabagisme (nouveau mandat) – Dossiers thématiques réalisés et dossiers en cours ; exploitation médiatique de ces dossiers
   - «Tabac et droits humains en Suisse» – Actions envisagées par OxySuisse
   - Participation d'OxySuisse aux activités nationales et internationales
7. Modification des statuts d'OxySuisse – Ouverture de la discussion (pourquoi, quelles modifications, quand)
8. Renouvellement du comité
9. **Divers**

UN GRAND MERCI À…

ERS

pour son hospitalité et son soutien sans faille au cours des ans
… avec l'appui de son directeur, notre fidèle trésorier …

Werner Bill

LE MILAN