



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra

Département fédéral de l'intérieur DFI  
**Office fédéral de la santé publique OFSP**  
Unité de direction Prévention et services de santé

---

# **Révision partielle de la loi fédérale sur les produits du tabac et les cigarettes électroniques (LPTab, FF 2021 2327)**

## **Rapport relatif aux résultats de la procédure de consultation**

---

Berne, mai 2023

## Synthèse

La procédure de consultation relative au projet de loi fédérale sur les produits du tabac et les cigarettes électroniques (P-LPTab) a suscité un vif intérêt, ce qui prouve une fois de plus que ce thème est très controversé. Les 369 avis reçus peuvent, dans les grandes lignes, être classés dans l'un des deux groupes suivants. Le premier – composé du PS, des VERT-E-S, du PEV, de la CDS, d'une grande majorité des cantons et de plusieurs associations cantonales ainsi que de la Commission fédérale pour les questions liées aux addictions et à la prévention des maladies non transmissibles (CFANT) et des organisations de la santé<sup>1</sup> – salue le projet et exige parfois qu'il soit complété ou durci. Le PLR, le Centre et un canton ainsi que quelques représentants de l'économie se montrent également favorables au projet mais émettent des réserves et aimeraient notamment des règles moins strictes dans certains domaines. Le second groupe – constitué de UDC, d'un canton et des représentants des milieux économiques<sup>1</sup> et de la branche des cigarettes électroniques – se montre critique voire très critique envers le projet et considère que différentes réglementations prévues vont bien trop loin. Un grand nombre de participants ont souhaité des précisions et des modifications, que nous avons résumées succinctement ci-dessous.

L'UDC, le Centre, le PLR, deux cantons, les organisations économiques et les représentants de la branche des cigarettes électroniques estiment que les **restrictions de la publicité** prévues dans le projet de loi vont au-delà de la volonté du peuple. L'UDC et des organisations économiques considèrent que la publicité devrait rester autorisée dans les journaux, les revues et d'autres publications ainsi que sur Internet, dans les points de vente et dans d'autres lieux et événements pour autant que des mesures appropriées garantissent qu'elle ne touche que les adultes. Le Centre se demande si une interdiction totale de la publicité est impérativement nécessaire. Le PLR et deux cantons approuvent les mesures de protection des mineurs, mais remettent en question l'interdiction totale de la publicité sur Internet. À l'inverse, le PEV, quatre cantons et des organisations de la santé souhaitent en priorité une interdiction générale de la publicité ou un durcissement et/ou un élargissement des restrictions prévues. Ils veulent, par exemple, des emballages individuels uniformes pour les produits du tabac et les cigarettes électroniques ou, du moins, que ceux-ci ne puissent plus être exposés à la vue des mineurs dans les points de vente. Ils soulignent également que plusieurs réglementations inscrites dans la LPTab ou dans son ordonnance devraient être formulées de manière plus détaillée afin de combler les lacunes.

Ces deux groupes se reforment sur la question des restrictions de la **promotion** de produits du tabac et de cigarettes électroniques prévues dans la LPTab. L'UDC, des organisations économiques et des représentants de la branche des cigarettes électroniques demandent que les activités de promotion qui ne s'adressent qu'aux adultes restent autorisées. Ils ajoutent que la promotion directe via l'envoi de courriers personnels aux adultes et la remise de prospectus à ceux-ci devrait être maintenue. En revanche, le PEV, le PS, les VERT-E-S, 17 cantons et les organisations de la santé, entre autres, s'expriment en faveur de cette restriction. Certains participants, notamment GE, souhaitent que la promotion soit totalement interdite ou que les restrictions soient précisées ou complétées régulièrement. En outre, BS, GE et des organisations de la santé veulent interdire les distributeurs automatiques de produits du tabac et de cigarettes électroniques (restreindre leur accès pour AR) dans les lieux publics accessibles aux mineurs. BL et SO indiquent que ces appareils devraient être exempts de toute publicité.

Les **restrictions du parrainage** d'événements qui se déroulent en Suisse sont largement approuvées. Toutefois, l'UDC et des organisations économiques demandent que ces restrictions ne s'appliquent pas lorsque des mesures appropriées garantissent que des mineurs ne peuvent pas voir la publicité ni y avoir accès sur place.

L'obligation de **déclarer les dépenses de publicité, de promotion et de parrainage** inscrite dorénavant dans la LPTab est soit clairement saluée, soit unanimement rejetée. L'UDC, le PLR, le

---

<sup>1</sup> Voir l'annexe du présent rapport pour la liste des acteurs recoupés sous ce terme.

Centre, deux cantons et des organisations économiques exigent que cet article soit biffé du projet, car ce sujet ne fait pas partie intégrante de l'initiative populaire ou qu'il n'a pas été discuté dans ce cadre. Ils précisent, par ailleurs, que le Parlement l'a déjà rejeté lors de débats antérieurs. Quant aux autres partis politiques (participant à la consultation), à une majorité des cantons, à la CFANT et aux organisations de la santé, ils approuvent cette disposition parce qu'elle supprime l'un des derniers obstacles empêchant la Suisse de ratifier la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac (CCLAT ; *Framework Convention on Tobacco Control* [FCTC]). Ils ajoutent qu'il serait ainsi possible de garantir à l'avenir le contrôle de l'efficacité des nouvelles dispositions et l'identification de failles éventuelles. Différentes propositions concernant un durcissement de la réglementation ou l'apport de précisions ont également été formulées.

En ce qui concerne le contrôle par la Confédération de l'interdiction de la publicité sur Internet, dans des applications et d'autres médias électroniques, le PEV, le PS, 15 cantons, la CFANT et d'autres participants souhaitent que cette tâche soit confiée à l'OFSP. L'UDC et certaines organisations économiques estiment qu'il ne faut prévoir aucun transfert de tâches à la Confédération puisqu'il en résulterait des charges supplémentaires non proportionnées pour l'administration.

Enfin, quatre cantons, le PEV et nombre d'organisations de la santé considèrent que l'amende maximale prévue en cas de **contravention** à l'obligation de déclarer inscrite à l'art. 27a LPTab est trop basse ou que son montant devrait, par exemple, correspondre à un pourcentage des bénéfices et du chiffre d'affaires de l'entreprise fautive. Selon différentes organisations économiques, l'alinéa correspondant dans la LPTab doit être entièrement biffé.

D'autres propositions n'ayant aucun lien direct avec un article de l'avant-projet ont été formulées dans le cadre de la consultation. Ainsi, 21 cantons, le PEV, la CDS, la CFANT, l'AMCS, l'ACCS et des organisations de la santé signalent des lacunes au niveau des **achats tests pour des ventes en ligne** à des mineurs qui résultent de la réglementation afférente à la protection des données. Par ailleurs, 17 cantons, la CDS, le PEV, les VERT-E-S, le PS et d'autres organisations issues notamment du domaine de la santé déplorent que la consultation n'aborde pas encore concrètement la **promotion de la santé** des enfants et des jeunes. Enfin, cinq cantons, le PEV, les VERT-E-S, le PS, la CFANT, l'AMCS et d'autres organisations issues notamment du domaine de la santé considèrent qu'il est indispensable de réaliser un **monitorage** annuel de la consommation de produits du tabac et de cigarettes électroniques.

## Table des matières

|   |               |
|---|---------------|
| <b>Rapport relatif aux résultats de la procédure de consultation</b> .....      | <b>- 1 -</b>  |
| <b>Synthèse</b> .....   | <b>- 2 -</b>  |
| <b>Table des matières</b> .....   | <b>- 4 -</b>  |
| <b>1 Contexte</b> .....   | <b>- 5 -</b>  |
| 1.1 Toile de fond   | - 5 -         |
| 1.2 Nouvelle obligation de déclarer les dépenses de publicité                   | - 5 -         |
| <b>2 Procédure de consultation</b> .....  | <b>- 6 -</b>  |
| 2.1. Procédure de consultation  | - 6 -         |
| 2.2. Prises de position « similaires »  | - 6 -         |
| <b>3 Synthèse des résultats</b> .....   | <b>- 7 -</b>  |
| 3.1 Évaluation générale   | - 7 -         |
| 3.2 Opinions transmises dans la procédure de consultation                       | - 8 -         |
| <b>4 Commentaires relatifs aux dispositions de la loi</b> .....                 | <b>- 11 -</b> |
| <b>5 Remarques concernant d'autres thèmes</b> .....                             | <b>- 21 -</b> |
| <b>6 Annexes</b> .....  | <b>- 23 -</b> |
| Annexe : Liste des abréviations des participants à la procédure de consultation | - 23 -        |

## **1 Contexte**

**La publicité pour le tabac qui peut atteindre les mineurs doit être interdite. Telle est la demande formulée par l'initiative populaire « Oui à la protection des enfants et des jeunes contre la publicité pour le tabac (enfants et jeunes sans publicité pour le tabac) », qui a été acceptée le 13 février 2022. Il importe donc maintenant de réviser la loi fédérale sur les produits du tabac et les cigarettes électroniques. Le Conseil fédéral a mis son projet en consultation lors de sa séance du 31 août 2022. La procédure s'est déroulée jusqu'à la fin du mois de novembre.**

### **1.1 Toile de fond**

La population considère que la protection des enfants et des jeunes contre la publicité pour le tabac est insuffisante. Elle demande une législation plus stricte. La publicité pour le tabac sera dorénavant interdite si elle peut être accessible à des mineurs. Par conséquent, toute publicité doit être interdite non seulement dans la presse et sur Internet, mais aussi dans les points de vente. Cette interdiction générale résulte du constat selon lequel il n'existe aucune mesure appropriée permettant de garantir que seules des personnes majeures consultent des journaux et des revues. Même si la vente demeure réservée aux adultes, il n'est pas possible d'empêcher que des mineurs accèdent à des publicités de ce genre à leur domicile ou dans des lieux publics. Tel est également le cas des journaux et des revues en ligne ou d'autres médias numériques, étant donné qu'il est fréquent que plusieurs membres de la famille utilisent les mêmes accès aux abonnements en ligne.

En outre, il est prévu d'interdire à l'industrie du tabac et de la cigarette électronique de parrainer des événements auxquels des mineurs ont accès – cette mesure s'applique aux festivals notamment. La promotion impliquant du personnel mobile qui attire l'attention sur une marque et aborde directement le public ne doit plus être autorisée. À l'avenir, il ne sera possible de faire de la publicité pour le tabac que s'il peut être exclu qu'elle touche aussi des mineurs, par exemple dans les lieux auxquels ceux-ci ne peuvent pas accéder ou dans les envois publicitaires qui s'adressent directement aux adultes.

### **1.2 Nouvelle obligation de déclarer les dépenses de publicité**

Dans le cadre de la révision, le Conseil fédéral a également décidé d'introduire dans la LPTab une obligation de déclarer les dépenses liées à la publicité pour le tabac. Cet ajout représente un complément indiqué en vue d'une éventuelle ratification de la CCLAT. Les entreprises peuvent déclarer leurs dépenses en commun sans fournir de données individuelles. Leurs secrets de fabrication sont ainsi préservés.

La révision prévue des dispositions relatives à la publicité pour le tabac concerne la loi sur les produits du tabac adoptée par le Parlement le 1<sup>er</sup> octobre 2021, c'est-à-dire avant la votation sur l'initiative susmentionnée. Cette loi déjà adoptée n'est toutefois pas encore entrée en vigueur. Outre les produits du tabac, elle régit les cigarettes électroniques et les produits à fumer à base de plantes, en particulier les produits à base de chanvre avec une faible teneur en THC et contenant du CBD. L'administration travaille actuellement à l'élaboration de l'ordonnance pour régler les questions techniques, qui devrait être mise en consultation en juin 2023. La LPTab déjà adoptée devrait entrer en vigueur au début de l'année 2024. Les dispositions sur la publicité objet de la présente consultation seront débattues au Parlement l'année prochaine et ne devraient pas entrer en vigueur avant 2025.

## 2 Procédure de consultation

### 2.1. Procédure de consultation

La procédure de consultation s'est déroulée du 31 août au 30 novembre 2022. Les 369 avis reçus sont publiés en ligne depuis le 28 février 2023. Compte tenu du nombre élevé de réponses, le présent rapport ne peut prétendre à l'exhaustivité. Nous renvoyons à la publication de tous les avis<sup>2</sup> pour les commentaires détaillés des participants à la consultation.

**Tableau 1 : Vue d'ensemble des réponses reçues**

| Organisation  | Total participants invités | Avis reçus des participants invités | Avis reçus d'autres participants | Total des avis reçus |
|---|----------------------------|-------------------------------------|----------------------------------|----------------------|
| Cantons   | 26                         | 24                                  | -                                | 24                   |
| Partis politiques   | 11                         | 6                                   | -                                | 6                    |
| Confédération   | 1                          | 1                                   | 2                                | 3                    |
| Associations et organisations cantonales, communes  | 5                          | 4                                   | 1                                | 5                    |
| Associations faîtières des communes, des villes et des régions de montagne                              | 3                          | -                                   | -                                | -                    |
| Associations faîtières de l'économie  | 8                          | 1                                   | -                                | 1                    |
| Organisations représentant l'économie, le commerce, les médias et le cinéma                             | 29                         | 16                                  | 37                               | 53                   |
| Organisations représentant la santé, la formation, la jeunesse, la consommation, le sport et la société | 61                         | 24                                  | 56                               | 82                   |
| Kiosques et stations-service  | -                          | -                                   | 150                              | 150                  |
| Organisations représentant les cigarettes électroniques   | 2                          | 1                                   | 13                               | 14                   |
| Particuliers : santé et sciences  | -                          | -                                   | 24                               | 24                   |
| Particuliers : cigarettes électroniques   | -                          | -                                   | 7                                | 7                    |
| <b>Total</b>  | <b>148</b>                 | <b>81</b>                           | <b>287</b>                       | <b>369</b>           |

### 2.2. Prises de position « similaires »

Il ressort du tableau 1 que 369 avis ont été reçus. Nombre d'entre eux sont identiques ou similaires. Des participants se sont fréquemment ralliés à la prise de position d'une organisation faîtière ou en ont déposé une copie. Dans ce contexte, les lettres d'accompagnement n'indiquaient souvent pas quelle organisation avait émis l'avis initial.

Après une analyse approfondie de tous les contenus et le tri en découlant, le présent rapport résume les avis à la teneur identique ou clairement similaire sous le nom de la prise de position initiale avec la mention « et prises de position similaires ».

S'agissant du présent projet, les cinq avis collectifs suivants (plus de 10 avis similaires) nous sont parvenus (par ordre alphabétique) :

- Cigarettes électroniques, SVTA et prises de position similaires
- Commerce et industrie, SWICIG, CS et prises de position similaires
- Santé, AT Suisse et prises de position similaires
- Santé, VKoT et prises de position similaires

<sup>22</sup> [www.admin.ch](http://www.admin.ch) > Droit fédéral > Procédures de consultation > Procédures de consultation terminées > 2022

- Stations-service, kiosques et prises de position similaires

L'annexe mentionne quelles prises de position « similaires » ont été attribuées à quelles prises de position collectives.

### 3 Synthèse des résultats

#### 3.1 Évaluation générale

Un aperçu de la manière dont l'ensemble des participants<sup>3</sup> à la consultation évaluent le projet en général est disponible ci-dessous. Établi par le service de l'OFSP chargé de l'évaluation, il fournit une vue d'ensemble et une évaluation globale des réponses. La catégorie « Acceptation de base » ne signifie pas qu'aucune proposition de modification ou de complément n'a été formulée. Néanmoins, ces suggestions ne remettent pas en question les contenus clés du projet. De même, la catégorie « Refus » n'implique pas que les thèmes de la prévention du tabagisme ou de la protection des enfants et des jeunes sont foncièrement rejetés mais que les contenus (clés) du projet de la LPTab présentés dans le cadre de la présente consultation le sont.

Le tableau ci-après mentionne, en tant que prise de position individuelle, 150 avis identiques émanant de kiosques et de stations-service qui rejettent fermement le projet. En outre, il n'illustre pas les opinions de particuliers, c'est-à-dire les personnes privées liées à des organisations économiques qui rejettent le projet et celles liées à des organisations de la santé ou aux milieux scientifiques qui s'expriment en sa faveur.

**Tableau 2 : Aperçu du positionnement des participants à la consultation par rapport à l'avant-projet de LPTab**

| Groupes d'acteurs   | Acceptation de base | Grandes réserves | Refus            |
|---|---------------------|------------------|------------------|
| <b>Cantons (24)</b>   | <b>22</b>           | <b>1</b>         | <b>1</b>         |
| <b>Partis politiques (6)</b>  | <b>3</b>            | <b>2</b>         | <b>1</b>         |
| <b>Commissions extraparlimentaires (3)</b>  | <b>3</b>            | <b>0</b>         | <b>0</b>         |
| <b>Associations et organisations cantonales, communes (5)</b>   | <b>5</b>            | <b>0</b>         | <b>0</b>         |
| <b>Associations faïtières de l'économie et organisations économiques (54)</b>                                       | <b>1</b>            | <b>6</b>         | <b>47</b>        |
| <b>Organisations représentant la santé, la formation, la jeunesse, la consommation, le sport et la société (82)</b> | <b>81</b>           | <b>1</b>         | <b>0</b>         |
| <b>Organisations représentant les cigarettes électroniques (14)</b>   | <b>0</b>            | <b>0</b>         | <b>14</b>        |
| <b><u>Total</u></b>   | <b><u>115</u></b>   | <b><u>10</u></b> | <b><u>63</u></b> |

<sup>3</sup> Une retranscription détaillée de chaque avis figure au chap. 4 du présent rapport. Tous les contenus retranscrits dans le détail sont disponibles dans leur version originale sur le site [www.admin.ch](http://www.admin.ch) > Droit fédéral > Procédures de consultation > Procédures de consultation terminées > 2022.

### 3.2 Opinions transmises dans la procédure de consultation

Les avis des participants couvrent un large spectre. Voici quelques citations représentatives :

#### CDS/GDK – Conférence des directrices et directeurs cantonaux de la santé

« Le Comité directeur de la CDS salue les propositions de restrictions à la publicité, la promotion et le parrainage relatifs à tous les produits du tabac et produits nicotiques évoqués qui atteignent les enfants et les adolescents. Est approuvée l'inclusion systématique d'Internet et des médias électroniques ainsi que des publications de la presse écrite accessibles aux mineurs. De même, est salué le fait d'inclure l'interdiction des activités publicitaires et du parrainage dans des lieux et des événements accessibles au public pour autant que ces derniers puissent être fréquentés par des mineurs (p. ex. des festivals). »

#### UDC – Union démocratique du Centre

« L'UDC rejette la présente révision partielle. Le projet ne correspond pas au mandat du Parlement, car il va au-delà tant de la votation populaire acceptée que de la teneur de la loi adoptée par le Parlement. Il n'est pas acceptable sur le plan politique que l'administration devienne – une fois de plus – le régulateur et ne veuille pas accepter dans les faits les décisions prises de manière démocratique. L'administration doit respecter et mettre en œuvre non seulement la teneur de la votation populaire du 13 février 2022, mais aussi les décisions du Parlement. L'UDC s'oppose avec fermeté à la présente infraction à la séparation des pouvoirs. Nous condamnons donc sans réserve les ingérences prévues dans la sphère privée et dans la liberté commerciale. »

#### VKoT – Association « Oui à la protection des enfants et des jeunes contre la publicité pour le tabac » (Verein « Ja zum Schutz der Kinder und Jugendlichen vor Tabakwerbung »)

« Nous soutenons la solution systématique du Conseil fédéral qui est conforme au texte de l'initiative et qui, simultanément, garde un œil sur les charges de contrôle qui incombent aux cantons. S'agissant de la convention entre Swiss Cigarette et la Commission suisse pour la loyauté (règle des 80 %) mentionnée et rejetée à raison par le Conseil fédéral (parce qu'elle contredit le texte de l'initiative), nous soulignons qu'elle n'avait déjà aucun effet et qu'elle ne correspondait donc pas au sens de la loi. Cette convention a manifestement été formulée de sorte qu'elle ne soit jamais applicable de facto. Exemple : bien qu'un tiers des jeunes de 14 à 17 ans lisent le journal gratuit « 20 Minutes », il n'y a aucun risque que cette publication tombe sous le coup de la règle des 80 %. »

#### SVTA – Association des professionnels de la vape (Swiss Vape Trade Association)

« Ce projet [relatif à l'initiative populaire « Oui à la protection des enfants et des jeunes contre la publicité pour le tabac »] va bien plus loin que le texte de l'initiative. Il correspond pour les cigarettes électroniques – qui sont 95 % moins nocives que les cigarettes conventionnelles – à une interdiction totale de la publicité. Il en résulte une interdiction de vente pour le commerce en ligne. Il en découle également de très grandes restrictions pour le commerce spécialisé, ce qui conduira inévitablement à une hausse de la consommation de cigarettes conventionnelles. La publicité destinée aux adultes doit rester autorisée. L'initiative acceptée n'exige d'ailleurs pas le contraire. Les personnes fumeuses doivent pouvoir continuer de s'informer sur des alternatives moins nocives que le tabac, même si cela implique des mesures visant à protéger la jeunesse. »

#### Le Centre

« Pour Le Centre, la volonté du peuple prime. C'est pourquoi nous saluons une mise en œuvre claire et rapide de l'initiative populaire. Nous soutenons fondamentalement les axes du présent projet qui doit garantir que la publicité pour le tabac n'atteint pas les mineurs. Cependant, nous nous interrogeons sur le bien-fondé d'une interdiction générale de la publicité pour concrétiser l'objectif de ladite initiative et ce, d'autant plus que la proposition de mise en œuvre formulée par les personnes auteures n'exige pas d'interdiction générale dans les médias imprimés. De plus, nous ne savons pas comment une interdiction de cette nature pourra être imposée sur les plateformes internationales (p. ex. sur les réseaux sociaux). »



#### PS – Parti socialiste suisse

« Le Parti socialiste suisse salue expressément les mesures proposées dans la présente révision partielle. À présent, il est particulièrement important qu'elles ne soient pas diluées dans le cadre de la mise en œuvre. Le souverain a approuvé expressément une interdiction aussi stricte – et il convient maintenant de respecter sa décision. Les formulations proposées ne vont pas trop loin en comparaison internationale parce que nos voisins ont pris des mesures encore plus extrêmes : la France, l'Italie et l'Autriche interdisent effectivement les affiches publicitaires, la publicité au cinéma et dans les concours ainsi que la publicité s'adressant directement à des particuliers. L'Italie n'autorise aucune publicité dans les points de vente. Quant à l'Allemagne, elle interdit les publicités en extérieur, les affichages publicitaires, la publicité au cinéma lorsque les films peuvent être vus par des mineurs et la remise gratuite de cigarettes depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2022. »

#### Economiesuisse

« L'avant-projet de révision partielle de la loi sur les produits du tabac ne se concentre pas exclusivement sur le thème qui faisait l'objet de la votation populaire. En effet, il va bien plus loin. Il aborde notamment des sujets qui ont été discutés de manière exhaustive au Parlement et approuvés par celui-ci. Toutefois, ces sujets n'ont rien à voir avec la votation populaire. Aussi le Conseil fédéral étend-il le mandat issu de la votation populaire et met-il ainsi en question, sans raison valable, l'autorité du pouvoir législatif et la séparation des pouvoirs. »

#### CFANT/EKSN – Commission fédérale pour les questions liées aux addictions et à la prévention des maladies non transmissibles

« La CFANT tient à ce que les restrictions publicitaires demandées par l'initiative populaire soient mises en œuvre de manière complète et réelle. C'est la raison pour laquelle elle salue la proposition du Conseil fédéral visant à prendre des mesures strictes dans le sens d'une protection efficace des mineurs. Les dispositions proposées permettront, si elles sont mises en œuvre tel que prévu, de rapprocher la Suisse des standards internationaux en matière de régulation et de limitation de la publicité en faveur du tabac, de la promotion et du parrainage. La CFANT se réjouit et soutient ce pas significatif en termes de lutte contre le tabagisme et de protection de la jeunesse. La CFANT est d'avis que cette dernière, en vertu notamment de l'art. 11 de la Constitution fédérale (Protection des enfants et des jeunes) doit impérativement être protégée des déterminants commerciaux de la santé et des pratiques industrielles contraires à tout effort et politique de santé publique. »

#### Swiss Cigarette

« La demande d'interdiction générale de la publicité proposée par le Conseil fédéral dépasse les exigences de l'initiative. Le 13 février 2022, le peuple n'a pas approuvé une interdiction totale de la publicité, mais la protection des mineurs contre la publicité pour le tabac. C'est cette dernière mesure qu'il faut mettre en œuvre, conformément au texte de l'initiative. Quand bien même, le Conseil fédéral entend avec son avant-projet introduire une interdiction totale, non différenciée de la publicité pour tous les produits du tabac et les cigarettes électroniques et ce, quel que soit le canal de communication. Il va donc bien plus loin que l'objectif à atteindre. L'initiative populaire n'exige explicitement aucune interdiction générale. »

#### PLR. Les Libéraux-Radicaux

« En principe, le PLR soutient en ce sens les mesures de l'avant-projet qui sont nécessaires pour garantir la protection des enfants :

- interdiction de la publicité dans les publications de la presse écrite (art. 18, al. 1, let. a, P-LPTab) ; toutefois, la publicité dans la presse qui s'adresse visiblement aux adultes doit rester autorisée ;
- interdiction de la publicité sur les supports publicitaires par lesquels elle peut atteindre les mineurs (art. 18, al. 1, let. d, ch. 1 à 3, P-LPTab) ;

- interdiction de la publicité dans les lieux accessibles au public pouvant être fréquentés par des mineurs (art. 18, al. 1, let. e, P-LPTab) ;
- interdiction au cinéma (art. 18, al. 1, let. c, P-LPTab) ; toutefois, la publicité, la promotion et le parrainage qui ne touchent pas les mineurs doivent explicitement rester autorisés ;

En revanche, le PLR rejette fermement l'interdiction générale de la publicité sur Internet, sur les applications et les autres médias électroniques (art. 18, al. 1, let. b, P-LPTab). »

#### République et Canton de Genève

« En réponse, notre Conseil salue la révision partielle de la loi fédérale sur les produits du tabac et les cigarettes électroniques, et vous informe qu'il émet des réserves et propose des modifications en particulier en ce qui concerne l'étendue insuffisante des restrictions à la publicité. En effet, notre Conseil considère que l'avant-projet proposé ne va pas assez loin et soutient une interdiction globale de la publicité, du parrainage et des promotions. »

#### 4 Commentaires relatifs aux dispositions de la loi

Les remarques sont exposées ci-dessous succinctement, conformément à la structure de l'avant-projet. Ce faisant, les propositions de modification ou les refus sont décrits dans le détail, article par article. En règle générale, les avis favorables au projet dans son ensemble sont exposés sommairement (cf. *chap. 3.1 Évaluation générale*). Par ailleurs, l'acceptation explicite – article par article – d'acteurs triés sur le volet est mentionnée brièvement en introduction. Nous n'indiquons pas lorsqu'un acteur soutient explicitement la teneur spécifique d'un article.

#### Art. 18 Restrictions de la publicité

Art. 18

- 1 La publicité ainsi que les indications d'une promotion ou d'un parrainage en faveur des produits du tabac, des cigarettes électroniques et des objets qui forment une unité fonctionnelle avec un produit du tabac sont interdites:
- a. dans les publications de la presse écrite, sauf si celles-ci sont destinées principalement au marché étranger ou exclusivement aux professionnels de la branche;
  - b. sur Internet, sur les applications et les autres médias électroniques si la publicité ou les indications visent le marché suisse;
  - c. au cinéma;
  - d. sur les supports publicitaires par lesquels elles peuvent atteindre les mineurs, notamment:
    1. les affiches et autres formes d'affichage exposées dans l'espace public ou sur des terrains privés, en tant qu'elles sont visibles depuis l'espace public,
    2. les envois postaux publicitaires, sauf s'ils sont adressés directement à des adultes sous pli neutre,
    3. les messages électroniques publicitaires, sauf s'ils sont adressés directement à des adultes;
  - e. dans les lieux accessibles au public pouvant être fréquentés par des mineurs.
- 2 La publicité ainsi que les indications d'une promotion ou d'un parrainage en faveur des produits du tabac, des cigarettes électroniques et des objets qui forment une unité fonctionnelle avec un produit du tabac sont interdites si elles sont faites au moyen de comparaisons de prix ou de promesses de cadeaux.
- 3 La publicité à la radio et à la télévision est réglementée par la loi fédérale du 24 mars 2006 sur la radio et la télévision.

La CDS, 19 cantons<sup>4</sup>, le PEV, les VERT-E-S, le PS, la CFANT, la FMH, la CDCA et l'AMCS notamment approuvent, en substance, explicitement les restrictions de la publicité inscrites à l'art. 18.

Selon l'UDC, des organisations économiques<sup>5</sup> et la branche des cigarettes électroniques<sup>6</sup>, l'art. 18 va plus loin que ce que l'initiative populaire demande et équivaut à une interdiction totale. Ils exigent que la publicité qui s'adresse visiblement à des adultes reste autorisée.

NE, VD et Coop considèrent également qu'il s'agit d'une interdiction totale qui va trop loin.

Le Centre se demande si une interdiction totale est nécessaire pour atteindre l'objectif de l'initiative populaire.

FHZ et GA demandent que l'art. 18 prévoie une disposition permettant de tenir compte des spécificités propres à la zone à accès réglementé (zone côté piste) dans les aéroports nationaux.

OXY propose une interdiction générale de la publicité compatible avec les normes internationales relatives au contrôle du tabac. De plus, cette association suggère que les médias et les lieux où l'interdiction s'applique et les formes spécifiques de la publicité à interdire ne soient pas énumérés.

GE souhaite une interdiction générale qui inclut les énumérations, mais qui ne les limite pas.

TI, la CFANT, la LPV et UNISANTÉ demandent qu'il soit précisé que la liste des interdictions n'est pas exhaustive ou qu'elle est remplacée par une interdiction générale, suivi d'une liste d'exceptions possibles.

<sup>4</sup> AG, AR, BE, BL, BS, FR, GE, GR, GL, LU, NW, OW, SG, SO, TG, TI, VS, ZH, ZG

<sup>5</sup> AIHK, ASW, CCIG, CCIV, CNCI, CP, CS, CSBC, CVCI, Denner, ES, Eventra, FER, GF, GS, HS, IHZ, MAAG, Médias suisses, OAE, PTS, RA, USP, SMPA, SRF, SWICIG et similaires, TanKio, VSZ, ZIGD

<sup>6</sup> EQOY, SVTA et similaires

RI estime que les produits sans fumée qui font penser à une marque doivent être ajoutés à l'al. 1. Coop demande de préciser la notion « indications d'une promotion », car on ne sait pas quels moyens de communication elle comprend. De plus, elle souhaite que les moyens de communication placés directement à côté du produit au point de vente restent autorisés.

La structure de l'art. 18 de la nouvelle loi sur les produits du tabac, tel qu'approuvé le 1<sup>er</sup> octobre 2021 sert de base aux remarques de l'UDC et des organisations économiques<sup>7</sup>.

#### Al. 1, let. a

L'UDC et des organisations économiques<sup>8</sup> veulent que la publicité reste autorisée dans les journaux, les revues ou d'autres publications dont le lectorat est composé à 80 % d'adultes. Ils souhaitent qu'il en soit de même pour les publicités placées à l'intérieur de publications vendues majoritairement via des abonnements contractés par des adultes.

La SRF et le CP demandent que les publications de la presse écrite qui ne s'adressent qu'aux adultes soient toujours autorisées.

Coop exige que la publicité reste autorisée dans les publications de la presse écrite qui ne s'adressent qu'aux personnes qui vendent des produits du tabac.

NE et AIHK trouvent que la solution choisie va plus loin que l'initiative et que des restrictions moins exhaustives suffiraient.

ZH souhaite savoir plus précisément à partir de quand une publication de la presse écrite « vise principalement le marché suisse ». En outre, il souligne que les publications de la presse qui ne s'adressent pas spécifiquement au lectorat suisse soient expressément citées comme étant des exceptions.

La CFEJ et NKS proposent de biffer la formulation « principalement au marché étranger ou ». Ils précisent qu'une réglementation de cette nature peut facilement être contournée.

#### Al. 1, let. b

BL, BS, FR, SH et SO ainsi que le PEV, la CFANT, l'AMCS, Acsi, MBA ZH et des organisations de la santé<sup>9</sup> estiment que la formulation « la publicité ou les indications visent le marché suisse » n'est pas claire et demandent une précision dans l'ordonnance.

BKCH trouve que la formulation n'est pas judicieuse et affirme que blocage de pages étrangères par des prestataires suisses de services de télécommunications doit être inscrit dans la loi.

La CFANT, la LPV et UNISANTÉ préfèrent la formulation employée dans le rapport explicatif : « sur Internet, sur les applications et les autres médias électroniques ; l'interdiction s'applique également aux acteurs étrangers pour autant que leur publicité vise le marché suisse ».

ZG, la CFEJ et NKS demandent de biffer la formulation « si la publicité ou les indications visent le marché suisse ». Ils indiquent qu'une réglementation de cette nature peut facilement être contournée.

La CFEJ propose de mieux lister les différents acteurs sur Internet – comme les influenceurs – et de soumettre à l'interdiction d'autres domaines se terminant par « .swiss ».

La CFEJ et NKS suggèrent d'ajouter la formulation « ainsi que les espaces numériques et virtuels » après « médias électroniques ».

SVTA et similaires demandent que les cigarettes électroniques, les liquides et les accessoires nécessaires puissent continuer d'être présentés dans les magasins spécialisés en ligne et qu'ils puissent y faire l'objet de publicités.

ZH demande que le message indique sur quelle notion publicitaire le législateur se fonde. Il ajoute que les commentaires doivent aborder plus précisément les questions de délimitation exposées pour les influenceurs.

---

<sup>7</sup>ASW, CS, CSBC, Denner, Eventra, GF, MAAG, OAE, RA, SMPA, SWICIG et similaires, ZIGD

<sup>8</sup> ASW, CS, CSBC, Denner, Eventra, GF, MAAG, Médias suisses, OAE, RA, SMPA, SRF, SWICIG et similaires, VSZ, ZIGD

<sup>9</sup> APS, AT Suisse et similaires, CIPRET FR, CIPRET GE, CSAJ, FMH, FS, GREA, Infodrog, LCTI, LJC, LPTI, LPV, MFE, NAS-CPA, NKS, PSV-CIPRET, SPBAD, SPBD, SPHD, SPZO, SWIOLY, UNISANTÉ, VKoT et similaires, ZFPS, ZSV

L'UDC, EQOY et des organisations économiques<sup>10</sup> indiquent qu'il faut également tenir compte des innovations dans le domaine de l'identification personnelle.

NE trouve que la solution choisie va bien trop loin, étant donné qu'il est actuellement relativement aisé de catégoriser le public.

ZH souhaite que la formulation visant à garantir l'interdiction de la publicité relative aux produits et non spécifique du marché soit complétée comme suit : « sur Internet, sur les applications et les autres médias électroniques si la publicité ou les indications visent également ou exclusivement le marché suisse; ».

VD, le PLR, l'UDC, EQOY et des organisations économiques<sup>11</sup> veulent que la publicité sur Internet reste autorisée lorsque des mesures appropriées garantissent qu'elle ne touche que des adultes.

Coop veut que la publicité sur Internet qui ne s'adresse qu'aux personnes qui vendent des produits du tabac reste autorisée.

Al. 1, let. c

Aucun commentaire n'a été formulé.

Al. 1, let. d

La CFANT pense que la formulation doit être très large afin d'intégrer d'autres supports publicitaires possibles, comme les poubelles, les cendriers et les véhicules. De plus, elle doit également s'appliquer aux vitrines des magasins visibles depuis l'espace public.

La CFEJ souhaite qu'un autre chiffre mentionnant « les objets, les vêtements et autres cadeaux publicitaires » soit ajouté.

GE propose de biffer les formulations « par lesquels elles peuvent atteindre les mineurs » (ch. 1), « sauf s'ils sont adressés directement à des adultes sous pli neutre » (ch. 2) et « sauf s'ils sont adressés directement à des adultes » (ch. 3).

RI suggère d'interdire les envois publicitaires postaux, car ils pourraient quand même toucher des mineurs si les adultes ne font pas attention.

TI et la CFANT demandent également que lesdits envois soient totalement interdits lorsqu'il n'est pas possible de vérifier l'âge des destinataires.

VD évoque la transmission et l'accès à des données personnelles par les entreprises qui effectuent des ciblage publicitaires. Il demande une spécification dans la loi afin d'éviter que la population adulte suisse ne soit « arrosée » de publicités.

BL et SO souhaitent une formulation pour clarifier le fait que l'expression « prospectus publicitaires non adressés » comprend également les prospectus présentant des promotions.

---

<sup>10</sup> AIHK, ASW, CCIG, CCIV, CNCI, CS, CSBC, CVCI, Denner, ES, Eventra, FER, GF, GS, HS, IZH, MAAG, Médias suisses OAE, PTS, RA, SMPA, SnusMarkt, SRF, SWICIG et similaires, VSZ, ZIGD

<sup>11</sup> AIHK, ASW, CCIG, CNCI, Coop, CS, CSBC, Denner, Eventra, GF, GS, HS, MAAG, Médias suisses, OAE, PTS, RA, SMPA, SRF, SWICIG et similaires, VSZ, ZIGD

Al. 1, let. e

L'UDC et des organisations économiques<sup>12</sup> demandent que la publicité reste autorisée dans les points de vente lorsqu'elle se trouve dans l'environnement direct des produits du tabac et lorsqu'elle est faite dans des lieux auxquels les mineurs n'ont pas accès.

La SRF souhaite que l'exposition de produits du tabac et de cigarettes électroniques sur des meubles, des présentoirs, des écrans, des étagères et d'autres équipements similaires ne soit pas considérée comme de la publicité. Il précise que ce principe s'applique également aux informations sur le produit et à son prix sur ces supports.

SnusMarkt veut introduire une distinction entre le descriptif du produit et ses représentations authentiques. Les adultes doivent toujours avoir la possibilité de voir le produit dans le lieu où il est vendu afin de pouvoir prendre une décision informée.

GS estime que les restrictions sont trop rigides et qu'elles ne peuvent pas être mise en œuvre. Il ajoute qu'il faut que la loi les précise afin qu'elles ne touchent pas certains établissements de l'hôtellerie-restauration. De plus, il souligne que les restrictions ne doivent pas concerner les établissements dans lesquels des adultes constituent une part de la clientèle à déterminer. GS souhaite biffer le participe présent « pouvant ».

Coop demande que la publicité reste autorisée dans les points de vente où elle ne s'adresse qu'aux personnes qui vendent des produits du tabac.

BL et SO veulent que l'énumération des lieux accessibles au public soit plus concrète dans les commentaires et/ou que les points de vente – kiosques, distributeurs automatiques de produits du tabac et de cigarettes électroniques, par exemple – soient mentionnés.

Selon la CFEJ, la formulation « lieux accessibles au public pouvant être fréquentés par des mineurs » n'est pas suffisamment explicite pour garantir la prise en compte de tous les lieux envisagés.

LU et GE, le PEV et la CDCA souhaitent que les distributeurs automatiques de produits du tabac et de cigarettes électroniques soient mentionnés comme faisant partie des lieux accessibles au public.

VD, CFANT, LPV et UNISANTÉ estiment que les parkings souterrains doivent être intégrés au champ d'application de l'article.

GE propose une interdiction dans tous les lieux accessibles au public.

BL et SO, la CFANT et la CDCA ainsi que la LPV et UNISANTÉ demandent que les produits ne soient plus présentés et/ou exposés dans les points de vente.

L'UDC, des organisations économiques<sup>13</sup> et EQOY veulent que la publicité reste autorisée dans des lieux et des événements lorsque des mesures appropriées garantissent que les mineurs ne peuvent pas la voir et n'y ont pas accès.

SVTA et similaires demandent que les magasins spécialisés (dans le vapotage) aient le droit de continuer d'exposer des produits et des accessoires lorsque leur accès est limité aux adultes et aux mineurs accompagnés d'une personne ayant autorité.

VSZ souhaite que la publicité reste autorisée dans les événements et sur les places que des enfants et des jeunes fréquentent lorsque des mesures appropriées garantissent que seuls des adultes peuvent l'identifier en tant que telle et y ont accès.

BS et SO ainsi que la CFEJ, la CFANT, l'AMCS, MBA ZH et des organisations de la santé<sup>14</sup> rejettent l'exclusion de l'extension de la marque et veulent que la ligne de produits autre que le tabac soit clairement identifiable.

GE, VD et PSV-CIPRET regrettent que l'interdiction de la publicité n'englobe pas l'extension de la marque.

Treize cantons<sup>15</sup>, la CDS, d'autres organisations de la santé<sup>16</sup> et Acsi souhaitent une réglementation plus claire de l'extension de la marque. Ils trouvent que l'extension de la marque autorisée est

---

<sup>12</sup> ASW, Coop, CS, Denner, SWICIG et similaires, TanKio, VSZ, ZIGD

<sup>13</sup> ASW, CS, CSBC, Denner, Eventra, GF, MAAG, OAE, RA, SMPA, SWICIG et similaires, VSZ, ZIGD

<sup>14</sup> AT Suisse et similaires, BKCH, CIPRET FR, CIPRET GE, LCTI, LJC, LPTI, LPV, SPBAD, SPBD, SPZO, UNISANTÉ, ZFPS, ZSV

<sup>15</sup> AR, BE, BL, GR, LU, NE, OW, SG, SH, TI, UR, VS, ZG

<sup>16</sup> CIPRET FR, CSAJ, FMH, MFE, NAS-CPA, NKS, SPHD, SWIOLY, VKoT et similaires

formulée de manière trop imprécise. La ligne de produits autre que le tabac doit être clairement identifiable.

Al. 1<sup>bis</sup> (nouveau)

AR, BS, FR, le PEV, MBA ZH, la CFANT, l'AMCS et d'autres organisations de la santé<sup>17</sup> demandent un emballage uniforme pour les produits du tabac et les cigarettes électroniques.

Si le législateur rejetait l'idée des emballages uniformes, BS, MBA ZH, le PEV, la CFANT, l'AMCS et des organisations de la santé<sup>18</sup> souhaiteraient qu'ils ne soient plus exposés à la vue des mineurs.

Al. 2

La CFANT, la LPV et UNISANTÉ sont d'avis qu'une interdiction des actions promotionnelles ou d'autres rabais sur les produits vienne compléter le présent alinéa.

ASN estime que cet alinéa est superflu étant donné que l'art. 18, al. 1 est suffisamment clair.

RI pense qu'il faut ajouter la phrase « produits autres que le tabac qui font penser à une marque de tabac ».

Coop propose de biffer la mention « comparaisons de prix », car il ne serait plus possible d'indiquer des promotions.

Al. 3

Aucun commentaire n'a été formulé.

---

<sup>17</sup> AT Suisse et similaires, BKCH, CIPRET FR, CIPRET GE, FS, FSP, GREa, LPV, NAS-CPA, OXY, PSV-CIPRET, SPBAD, SPBD, SPZO, UNISANTÉ, ZFPS, ZSV

<sup>18</sup> AT Suisse et similaires, CIPRET FR, CIPRET GE, FS, FSP, GREa, LPV, NAS-CPA, SPBAD, SPBD, SPZO, UNISANTÉ, ZFPS, ZSV

## Art. 19 Restrictions de la promotion

Art. 19

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

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

2 L'interdiction ne s'applique pas:

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

La CDS, 17 cantons<sup>19</sup>, le PEV, les VERT-E-S et le PS ainsi que la FMH et la CDCA saluent les restrictions de la promotion inscrites à l'art. 19.

Al. 1

L'UDC et des organisations économiques<sup>20</sup> demandent que le texte soit adapté comme suit : « La promotion de produits du tabac et de cigarettes électroniques ainsi que d'objets qui forment une unité fonctionnelle avec un produit du tabac est interdite si elle consiste en la distribution gratuite de ces produits et objets à des mineurs ou en la distribution de cadeaux ou de prix à des mineurs ». Ce parti et ces organisations veulent que les activités de promotion restent autorisées lorsqu'elles s'adressent aux adultes.

EQOY souhaite que les let. a et b soient complétées par la mention « à des mineurs » afin que les activités de promotion puissent continuer d'être organisées pour des adultes.

GS estime qu'une interdiction de la vente par du personnel mobile dans les établissements de l'hôtellerie-restauration n'est pas proportionnée et exige donc que le participe présent « pouvant » soit biffé de la let. c.

GE s'interroge sur le bien-fondé des exceptions prévues à l'interdiction de la publicité pour le tabac. C'est pourquoi il propose une interdiction générale de la promotion.

AR est d'avis que la formulation doit être étendue aux « produits nicotiniques ».

ZH note que la vente à un prix bien inférieur au prix usuel n'est pas évoquée. Il demande donc que les commentaires précisent au moins que l'interdiction couvre des ventes de cette nature.

La CFANT souligne que l'al. 1 doit être complété en ce sens que l'interdiction concerne les actions promotionnelles ou d'autres rabais sur les produits.

Al. 1<sup>bis</sup> (nouveau)

BS, MBA ZH, la CFANT, l'AMCS et des organisations de la santé<sup>21</sup> exigent l'interdiction des distributeurs automatiques de produits du tabac et de cigarettes électroniques dans les lieux accessibles au public que les mineurs sont susceptibles de fréquenter.

GE regrette que l'interdiction n'ait pas été étendue aux distributeurs automatiques de produits du tabac.

AR pense qu'il faut limiter la vente de produits du tabac et de cigarettes électroniques dans des distributeurs automatiques lorsque des jeunes ont accès à ces appareils.

BL et SO demandent qu'aucune publicité ne soit apposée sur les distributeurs.

<sup>19</sup> AR, AG, BE, BL, BS, GE, GL, GR, LU, NW, OW, SG, SO, TG, TI, ZH, ZG

<sup>20</sup> ASW, Coop, CS, CSBC, Denner, Eventra, GF, MAAG, OAE, RA, SMPA, SWICIG et similaires, TanKio, ZIGD

<sup>21</sup> AT Suisse et similaires, BKCH, CIPRET FR, CIPRET GE, LPV, SPBAD, SPBD, SPZO, UNISANTÉ, ZFPS, ZSV



Al. 2

L'UDC, des organisations économiques<sup>22</sup> et EQOY pensent qu'il faut ajouter le terme « notamment ». En outre, l'UDC et des organisations économiques<sup>23</sup> demandent que la promotion « destinée exclusivement à des adultes consommateurs » et la promotion « directe et personnelle dans le cadre de dégustations et de promotions clients et adressée uniquement aux adultes consommateurs » ne tombent pas sous le coup de l'interdiction.

Par ailleurs, EQOY indique que la promotion doit rester autorisée lorsqu'elle ne touche que des personnes adultes.

VSZ demande que l'interdiction ne frappe pas la promotion qui ne s'adresse qu'à des consommateurs majeurs. La formulation suivante doit également être reprise : « promotion directe et personnelle des cigares et cigarillos au moyen de dégustations et de promotions clients qui s'adresse exclusivement à des adultes consommateurs ».

L'UDC, des organisations économiques<sup>24</sup> et EQOY souhaitent ajouter une nouvelle lettre dans la loi. Sa formulation serait la suivante : « promotion directe au moyen de l'envoi de courriers personnels et de la distribution de prospectus en mains propres à des adultes consommateurs ».

La CFANT indique que pour éviter les abus, il est important de préciser que la liste des exceptions est exhaustive.

La LPV et UNISANTÉ proposent l'adaptation suivante : « L'interdiction n'est pas appliquée uniquement quand il s'agit de: ».

GE suggère de biffer l'exception prévue pour les cigares et les cigarillos ou de la restreindre au moins aux lieux privés.

VD pense que des dispositions légales doivent être intégrées pour permettre le contrôle régulier et aléatoire de cette promotion dans les lieux auxquels les mineurs n'ont pas accès.

---

<sup>22</sup> ASW, Coop, CS, CSBC, Denner, Eventra, GF, MAAG, OAE, RA, SMPA, SWICIG et similaires, TanKio

<sup>23</sup> ASW, Coop, CS, CSBC, Denner, Eventra, GF, MAAG, OAE, RA, SMPA, SRF, SWICIG et similaires, TanKio

<sup>24</sup> ASW, Coop, CS, CSBC, Denner, Eventra, GF, MAAG, OAE, RA, SMPA, SRF, SWICIG et similaires, TanKio, VSZ

## **Art. 20 Restrictions du parrainage**

Art. 20

1 Il est interdit de parrainer des événements qui se déroulent en Suisse et qui:  
b. peuvent être fréquentés par des mineurs.

La CDS, 18 cantons<sup>25</sup>, le PEV, le PS, la FMH et la CDCA entre autres saluent, en substance, explicitement les restrictions du parrainage inscrites à l'art. 20.

GE propose une interdiction totale du parrainage d'événements.

TI, la CFANT, MBA ZH, des organisations de la santé<sup>26</sup> et Acsi demandent que le contrôle de l'âge nécessaire mentionné dans les commentaires soit impérativement réalisé correctement et avec sérieux.

Selon la LPV et UNISANTÉ, il faut préciser dans l'ordonnance l'interdiction des espaces VIP dans les festivals, même réservés aux adultes.

La CFEJ propose d'ajouter la formulation « ou visibles par des mineurs » à la let. b. L'UDC et des organisations économiques<sup>27</sup> souhaitent biffer le verbe « peuvent ».

Al. 3 (nouveau)

L'UDC, des organisations économiques<sup>28</sup> et EQOY demandent que les interdictions visées aux al. 1 et 2 ne s'appliquent pas lorsque des mesures appropriées garantissent que la publicité sur place n'est pas accessible aux mineurs ni visible par eux.

## **Art. 27a Déclaration des dépenses de publicité, de promotion et de parrainage**

Art. 27a

1 Quiconque fabrique ou importe des produits du tabac ou des cigarettes électroniques doit déclarer chaque année à l'OFSP le montant des dépenses qu'il consacre en Suisse à la publicité, à la promotion et au parrainage en faveur de ces produits.

2 Plusieurs entreprises ou leurs associations faitières peuvent déclarer ensemble le montant global de leurs dépenses.

3 Le montant des dépenses déclaré par les entreprises de façon individuelle n'est pas accessible au public.

La CDS, 18 cantons<sup>29</sup>, le PEV, les VERT-E-S et le PS ainsi que la CFEJ, la CFANT, la FMH, la CDCA et l'AMCS entre autres saluent, en substance, explicitement la déclaration des dépenses de publicité, de promotion et de parrainage inscrite à l'art. 27a.

L'UDC, des organisations économiques<sup>30</sup> et EQOY demandent de biffer cet article sans le remplacer. De leur point de vue, la déclaration des dépenses de publicité, de promotion et de parrainage n'a aucun lien avec l'initiative populaire et ne contribue pas à la protection des mineurs.

Le PLR rejette l'obligation de déclarer et demande également que cet article soit biffé sans être remplacé. Ce parti est d'avis que ces dépenses sont soumises au secret d'affaires des entreprises et qu'elles ne permettent pas de protéger les mineurs ni d'empêcher la consommation de tabac.

Le Centre ne comprend pas pourquoi le présent projet contient une obligation de déclarer les dépenses étant donné qu'il n'y a aucun lien direct avec les objectifs de l'initiative populaire.

<sup>25</sup> AG, AR, BE, BL, BS, GE, GL, GR, LU, NW, OW, SG, SO, TG, TI, VS, ZG, ZH

<sup>26</sup> APS, AT Suisse et similaires, BKCH, CIPRET FR, CIPRET GE, CSAJ, FMH, Infodrog, LCTI, LJC, LPTI, LPV, MFE, NAS-CPA, NKS, SPBAD, SPHD, SPZO, SWIOLY, UNISANTÉ, VKoT et similaires, ZFPS, ZSV

<sup>27</sup> ASW, CS, CSBC, Eventra, GF, MAAG, OAE, RA, SMPA, SWICIG et similaires, VSZ, ZIGD

<sup>28</sup> ASW, CS, CSBC, Eventra, GF, MAAG, OAE, RA, SMPA, SWICIG et similaires, VSZ, ZIGD

<sup>29</sup> AG, AR, BE, BL, BS, FR, GE, GL, GR, LU, NW, OW, SG, SO, TI, VS, ZG, ZH

<sup>30</sup> ASW, CNCI, CP, CS, CSBC, Eventra, GF, HS, IHZ, MAAG, OAE, PTSRA, SMPA, SRF, SWICIG et similaires, VSZ, ZIGD

Des organisations économiques<sup>31</sup> soulignent que le Parlement a déjà rejeté la déclaration des dépenses de publicité, de promotion et de parrainage et que celle-ci n'a aucun lien avec l'initiative. SVTA et similaires demandent également que l'on renonce à la déclaration des dépenses de publicité, car la nouvelle proposition ne tient pas compte des décisions du Parlement.

TG rejette cet article, étant donné qu'une obligation de cette nature n'est pas nécessaire à la mise en œuvre de l'initiative et qu'elle n'a pas été discutée lors des débats nationaux sur la votation. En outre, NE considère que cette déclaration ne fait pas partie intégrante de l'initiative et qu'elle va trop loin. Selon les VERT-E-S, il est primordial que l'obligation de déclarer les dépenses de publicité ne puisse pas être contournée via des fondations ou d'autres structures. C'est pourquoi ce parti souhaite qu'elle s'applique à toutes les dépenses liées aux produits du tabac, indépendamment de l'entité à leur origine.

BS, la CFANT et des organisations de la santé<sup>32</sup> réclament que les entreprises déclarent le montant de leurs dépenses de publicité, de promotion et de parrainage en faisant une distinction entre les catégories de produits et la forme de publicité. De plus, ils demandent de biffer l'al. 3.

BL, LU, SG, SO, MBA ZH, la CDCA, l'AMCS, le CIPRET FR et Infodrog demandent que les chiffres soient mis à disposition en faisant une distinction entre les différents domaines de marketing et les catégories de produits de la branche.

GE estime qu'il est essentiel que la loi impose un partage d'informations détaillées par type d'activité de publicité, de promotion et de parrainage, pour chaque type de produit et par canton.

TI souligne l'importance de la transparence et exige que l'al. 3 soit biffé.

AR pense qu'il faut un monitoring des produits introduits et des dépenses afin de disposer d'un aperçu des produits et des formes de publicité. Il indique aussi que les dépenses des entreprises et des associations de la branche doivent être déclarées de manière transparente. De plus, il souhaite que l'al. 3 soit biffé.

La CFEJ et NKS proposent que les chiffres des entreprises soient communiqués en faisant une distinction entre la publicité, la promotion et le parrainage. Ils ajoutent que l'OFSP doit les publier.

RI suggère la fixation d'une valeur maximale que les cigarettiers ne pourraient pas dépasser pour la publicité dans le cadre de leurs dépenses annuelles. RI souhaite également qu'ils soient tenus d'utiliser un pourcentage annuel de leurs dépenses de publicité pour financer les organisations qui œuvrent dans la lutte contre le tabac.

OXY propose de remplacer les mots « publicité, promotion et parrainage » par le terme « marketing » et de biffer les al. 2 et 3.

### **Art. 30 Tâches d'exécution**

Art. 30

4 L'OFSP contrôle le respect de l'interdiction de la publicité sur Internet, sur les applications et sur les autres médias électroniques. Il peut associer à cette tâche les autorités cantonales compétentes et leur déléguer les décisions définitives y afférentes.

La CDS, 15 cantons<sup>33</sup>, le PEV, le PS, la CFANT, la FMH, la CDCA et l'AMCS entre autres saluent, en substance, explicitement les tâches d'exécution de l'OFSP mentionnées à l'art. 30.

BL et SO demandent que l'OFSP soit également compétent en ce qui concerne le respect de l'interdiction de la publicité dans les publications de la presse écrite nationale.

Selon ZH, ses tâches ne devraient pouvoir être déléguées aux cantons que si une entreprise établie en Suisse enfreint l'interdiction de la publicité.

VD, la LPV et UNISANTÉ demandent que des contrôles réguliers et des sanctions en cas de non-respect de l'interdiction de publicité soient inscrits dans les dispositions légales.

<sup>31</sup> AIHK, CCIG, CCIV, CVCI, ES, GS, USP

<sup>32</sup> AT Suisse et similaires, BKCH, CIPRET GE, LPV, SPBAD, SPBD, SPZO, UNISANTÉ, ZFPS, ZSV

<sup>33</sup> AR, BE, BL, FR, GL, GR, LU, NW, OW, SG, SO, TI, VS, ZG, ZH

La CFANT estime qu'il faut préciser que l'OFSP vérifiera le respect de l'interdiction de publicité à l'aide de contrôles réguliers aléatoires.

OXY réclame un remaniement afin de prendre en compte l'art. 4.7 de la CCLAT et les directives relatives à l'application de l'art. 13.

L'UDC et des organisations économiques<sup>34</sup> souhaitent biffer l'al. 4, estimant que cette prescription générerait des charges supplémentaires non proportionnées pour l'administration.

#### **Art. 45      Contraventions**

Art. 45

1 Est puni d'une amende de 40 000 francs au plus quiconque, intentionnellement:

- f. enfreint les prescriptions de la présente loi relatives aux obligations de l'entreprise et aux limites à l'importation (art. 25 à 27a et 29);

BL, BS, le PEV, la CFANT, l'ACMS, MBA ZH et des organisations de la santé<sup>35</sup> demandent que le montant de l'amende corresponde à un pourcentage des bénéfices et du chiffre d'affaires de l'entreprise fautive.

De plus, OXY veut élargir la notion de récidive pour considérer un même type d'infraction comme une récidive même s'il se rapporte à un autre produit du même fabricant, importateur, distributeur ou débitant.

GE trouve que l'amende maximale est trop basse et exige une gradation des sanctions dans l'ordonnance.

RI propose de calculer la peine pécuniaire sur la base de la somme totale dépensée pour financer l'acte illicite punissable.

SO suggère d'axer le montant maximal des amendes encourues sur l'art. 64, al. 2, de la loi fédérale sur les denrées alimentaires et les objets usuels (loi sur les denrées alimentaires, LDAI) : « L'amende encourue est de 80 000 francs au plus si l'auteur des faits agit à titre professionnel ou avec l'intention de s'enrichir. ».

Des organisations économiques<sup>36</sup> veulent biffer cet alinéa.

---

<sup>34</sup> ASW, CS, SWICIG et similaires, ZIGD

<sup>35</sup> AT Suisse et similaires, BKCH, CIPRET FR, CIPRET GE, LPV, OXY, SPBAD, SPBD, SPZO, UNISANTÉ, ZFPS, ZSV

<sup>36</sup> CS, CSBC, Eventra, GF, MAAG, OAE, RA, SMPA, SWICIG et similaires, ZIGD

## 5 Remarques concernant d'autres thèmes

D'autres propositions qui ne se rapportent pas directement à un article de l'avant-projet ont été formulées dans le cadre de la consultation. Elles figurent ci-dessous.

### Achats tests en ligne

21 cantons<sup>37</sup>, le PEV, la CDS, la CFANT et l'AMCS, l'ACCS ainsi que MBA ZH et des organisations de la santé<sup>38</sup> pointent les lacunes présentées par les achats tests pour des ventes en ligne à des mineurs. Ils soulignent que ces achats tests en ligne ne seront pas autorisés pour des raisons inhérentes à la protection des données. Certains demandent une adaptation de l'art. 24 LPTab pour qu'ils puissent être réalisés.

### Prévention de la santé des enfants et des jeunes

La CDS et 15 cantons<sup>39</sup> regrettent que le présent projet ne contienne aucune disposition relative à l'art. 41, al. 1, let. g, de la Constitution suisse (Cst.) portant sur la promotion de la santé des enfants et des jeunes. Ils souhaitent que cet article soit concrétisé dans la loi afin de pouvoir en déduire des mesures concrètes aux échelons fédéral et cantonal.

SH, le PEV, le PS, les VERT-E-S, la CFANT, l'AMCS, des organisations de la santé<sup>40</sup>, Acsi et MBA ZH déplorent également le fait que ce thème ne soit pas concrètement abordé dans la consultation. Ils ajoutent que l'art. 41, al. 1, let. g, Cst. ne pourra être mis en œuvre que si les moyens nécessaires sont mis à disposition pour le financer. En outre, ils indiquent qu'il est essentiel et nécessaire de continuer de renforcer la prévention structurelle pour concrétiser cet article. Ils regrettent que les commentaires du Conseil fédéral n'évoquent pas ces points et escomptent que celui-ci intègre des mesures concrètes dans son message.

### Évaluation et monitoring

BS, SG, SO, le PEV, le PS, la CFANT, l'AMCS, des organisations de la santé<sup>41</sup>, Acsi et MBA ZH estiment que la mise en œuvre des règles de la nouvelle LPTab exige que les données concernant la consommation de produits du tabac et de cigarettes électroniques de tous les groupes d'âge soient collectées au moins une fois par an sur un large échantillon, de manière détaillée, par produit et sous-produit, dans le cadre d'un monitoring. Ils proposent donc un nouvel art. 31a dédié à l'évaluation et au monitoring.

D'autres organisations de la santé<sup>42</sup>, la CFANT et MBA ZH réclament également un monitoring commun pour d'autres substances addictives, comme l'alcool, le cannabis et d'autres drogues. PSV-CIPRET est d'avis que l'OFSP doit être en mesure d'évaluer l'impact de la loi et ce, en introduisant un monitoring de la consommation de tabac et de nicotine.

NKS soutient l'introduction d'un monitoring annuel de la consommation de tabac et de nicotine. Par ailleurs, LU, APS et la CDCA soulignent l'importance d'un monitoring annuel, différencié selon les produits afin de pouvoir mettre en œuvre correctement les activités de contrôle et d'information souhaitées.

GR pense que des compétences claires doivent régir les tâches de contrôle effectives et actives. Il explique qu'un monitoring national de la consommation de substances addictives fournirait la base de

---

<sup>37</sup> AG, AI, AR, BE, BL, BS, FR, GL, GR, LU, NE, NW, OW, SG, SO, TI, UR, VD, VS, ZG, ZH

<sup>38</sup> AT Suisse et similaires, BKCH, CDCA, CIPRET FR, CIPRET GE, FS, GREA, LPV, PSV-CIPRET, SPBAD, SPBD, SPZO, UNISANTÉ, ZFPS, ZSV

<sup>39</sup> AR, BE, BL, BS, FR, GL, GR, LU, NW, OW, SG, SO, UR, VS, ZG

<sup>40</sup> APS, AT Suisse et similaires, BKCH, CIPRET FR, CIPRET GE, CSAJ, FMH, PSS, Infodrog, LCTI, LJC, LPTI, LPV, MFE, NAS, NKS, SPBAD, SPBD, SPHD, SPZO, UNISANTÉ, VKoT et similaires, ZFPS, ZSV

<sup>41</sup> AT Suisse et similaires, BKCH, CIPRET FR, CIPRET GE, CSAJ, FMH, FS, GREA, Infodrog, LCTI, LJC, LPTI, LPV, MFE, NAS, SPBAD, SPBD, SPHD, SPZO, SWIOLY, UNISANTÉ, VKoT et similaires, ZFPS, ZSV

<sup>42</sup> AT Suisse et similaires, BKCH, CIPRET FR, CIPRET GE, LJC, LPV, NAS-CPA, SPBAD, SPBD, SPZO, UNISANTÉ, ZFPS, ZSV

données nécessaire pour décrire la situation réelle et les tendances qui permettraient de formuler des mesures correspondantes et ce, de manière plus ciblée.

### **Prévention**

Le PEV indique qu'il manque une description des moyens nécessaire pour financer la prévention dans le rapport explicatif. Il est d'avis que la Confédération doit garantir des consultations facilement accessibles et adaptées à la jeunesse dans tout le pays. De plus, il demande une extension des zones non-fumeur sur les places de jeux et dans d'autres lieux publics destinés principalement aux enfants et aux jeunes.

La CDCA souhaite faire examiner l'extension à tous les produits du tabac et aux cigarettes électroniques des taxes pour la prévention versées au Fonds de prévention du tabagisme (FPT).

### **Différenciation des produits du tabac**

NE regrette l'absence de distinction entre produits du tabac traditionnels et produits à risque réduit. Il considère qu'une telle distinction favoriserait la concentration des ressources publicitaires sur les produits les moins problématiques sur le plan de la santé publique.

SnusMarkt demande une réglementation différenciée en Suisse. Il est d'avis que les produits du tabac et ceux contenant de la nicotine devraient être réglementés différemment en fonction de leur nocivité. SVTA et similaires soulignent que le texte de l'initiative exige une interdiction de la publicité pour les produits du tabac et qu'il ne traite pas des cigarettes électroniques. Ils précisent que si des restrictions de la publicité devaient toutefois être appliquées, il conviendrait de différencier le tabac et les cigarettes électroniques, comme le prévoit l'impôt sur le tabac.

### **Définition des termes**

VD indique que l'art. 3 LPTab ne définit pas la formulation « objets qui forment une unité fonctionnelle avec un produit du tabac ». Il considère qu'elle nécessiterait d'être clarifiée afin de garantir une meilleure prévisibilité du cadre légal.

Selon VS, l'ordonnance doit préciser quels types de supports publicitaires sont interdits et quels supports d'information restent autorisés.

BL souhaite que le terme « publicité » soit défini en introduction de sorte qu'il n'y ait ni lacune ni faille. En outre, SO demande que l'art. 3 LPTab définisse clairement les termes « publicité » et « promotion » pour éviter les lacunes.

La LPV, UNISANTÉ, OXY et la CFANT exigent que les termes « publicité », « promotion » et « parrainage » soient clairement définis dans la loi. Ils suggèrent de reprendre la définition inscrite à l'art. 13 de la CLAAT dans l'art. 3 du projet de loi.

### **Introduction simultanée de la loi sur les produits du tabac et de la révision partielle**

FHZ et ES demandent que la LPTab adoptée par le Parlement entre en vigueur en même temps que la révision partielle, soit au début de l'année 2025, au sens de la pérennité et de la sécurité juridique. Ils poursuivent en indiquant que des mesures appropriées devraient garantir au moins qu'aucuns frais inutiles liés à la structure et à l'exploitation ne résultent pour les entreprises de l'introduction échelonnée de la LPTab.

GA réclame également que l'entrée en vigueur de la révision déjà adoptée coïncide avec celle du projet de consultation.

Selon SO, la LPTab adoptée le 1<sup>er</sup> octobre 2021 devrait entrer en vigueur au même moment que les modifications proposées dans le présent document.

### **Introduction de l'obligation de déclarer**

BL souhaite qu'une obligation de déclarer (ou régime de l'autorisation) soit introduite pour la vente de produits du tabac et de produits contenant de la nicotine.

De même, SO veut que la vente de produits du tabac et de cigarettes électroniques soit soumise à une obligation de déclarer.

**Annexe : Liste des abréviations des participants à la procédure de consultation**

|   |               |
|---|---------------|
| <b>Cantons .....</b>  | <b>- 24 -</b> |
| <b>Partis politiques.....</b>   | <b>- 25 -</b> |
| <b>Commerce et industrie, général.....</b>                                      | <b>- 26 -</b> |
| <b>Commerce et industrie, SWICIG, CS et prises de position similaires .....</b> | <b>- 27 -</b> |
| <b>Stations-service : prises de position similaires .....</b>                   | <b>- 28 -</b> |
| <b>Santé, général .....</b>   | <b>- 32 -</b> |
| <b>Santé, VKoT et prises de position similaires.....</b>                        | <b>- 33 -</b> |
| <b>Santé, AT et prises de position similaires .....</b>                         | <b>- 34 -</b> |
| <b>Cigarettes électroniques, général.....</b>                                   | <b>- 36 -</b> |
| <b>Cigarettes électroniques, SVTA et prises de position similaires .....</b>    | <b>- 36 -</b> |
| <b>Organisations diverses .....</b>   | <b>- 37 -</b> |

## Cantons

| Acronyme de la partie prenante | Nom du participant à la procédure de consultation | Invité (Oui/Non) |
|--------------------------------|---|------------------|
| AG                             | Staatskanzlei des Kantons Aargau                  | Oui              |
| AI                             | Ratskanzlei des Kantons Appenzell Innerrhoden     | Oui              |
| AR                             | Kantonskanzlei des Kantons Appenzell Ausserrhoden | Oui              |
| BE                             | Staatskanzlei des Kantons Bern                    | Oui              |
| BL                             | Landeskanzlei des Kantons Basel-Landschaft        | Oui              |
| BS                             | Staatskanzlei des Kantons Basel-Stadt             | Oui              |
| FR                             | Chancellerie d'Etat du Canton de Fribourg         | Oui              |
| GE                             | Chancellerie d'Etat du Canton de Genève           | Oui              |
| GL                             | Staatskanzlei des Kantons Glarus                  | Oui              |
| GR                             | Standeskanzlei des Kantons Graubünden             | Oui              |
| LU                             | Staatskanzlei des Kantons Luzern                  | Oui              |
| NE                             | Chancellerie d'Etat du Canton de Neuchâtel        | Oui              |
| NW                             | Staatskanzlei des Kantons Nidwalden               | Oui              |
| OW                             | Staatskanzlei des Kantons Obwalden                | Oui              |
| SG                             | Staatskanzlei des Kantons St. Gallen              | Oui              |
| SH                             | Staatskanzlei des Kantons Schaffhausen            | Oui              |
| SO                             | Staatskanzlei des Kantons Solothurn               | Oui              |
| TG                             | Staatskanzlei des Kantons Thurgau                 | Oui              |
| TI                             | Cancelleria dello Stato del Cantone Ticino        | Oui              |
| UR                             | Standeskanzlei des Kantons Uri                    | Oui              |
| VD                             | Chancellerie d'Etat du Canton de Vaud             | Oui              |
| VS                             | Chancellerie d'Etat du Canton du Valais           | Oui              |
| ZG                             | Staatskanzlei des Kantons Zug                     | Oui              |
| ZH                             | Staatskanzlei des Kantons Zürich                  | Oui              |



*Partis politiques*

| Acronyme de la partie prenante | Nom du participant à la procédure de consultation | Invité (Oui/Non) |
|--------------------------------|---|------------------|
| Le Centre                      | Le Centre   | Oui              |
| PEV                            | Parti Evangélique suisse                          | Oui              |
| PLR                            | PLR.Les Libéraux-Radicaux                         | Oui              |
| PS                             | Parti socialiste suisse                           | Oui              |
| UDC                            | Union démocratique du Centre                      | Oui              |
| VERT-E-S                       | Les VERT-E-S suisses                              | Oui              |

*Commerce et industrie, général*

| Acronyme de la partie prenante | Nom du participant à la procédure de consultation                               | Invité (Oui/Non) |
|--------------------------------|---|------------------|
| Acsi                           | Associazione consumatrici e consumatori della Svizzera italiana                 | Oui              |
| AIHK                           | Aargauische Industrie- und Handelskammer  | Non              |
| ASW                            | Agenturnetzwerk   | Non              |
| CCIG                           | Chambre de commerce, d'industrie et des services de Genève                      | Non              |
| CCIV                           | Chambre valaisanne de commerce et de l'industrie                                | Non              |
| CNCI                           | Chambre neuchâteloise du commerce et de l'industrie                             | Non              |
| Coop                           | Coop  | Non              |
| CP                             | Centre Patronal   | Non              |
| CVCI                           | Chambre vaudoise du commerce et de l'industrie                                  | Non              |
| Denner                         | Denner AG   | Non              |
| ES                             | economiesuisse  | Oui              |
| Eventra                        | Eventra GmbH  | Non              |
| FER                            | Fédération des Entreprises Romandes   | Non              |
| FHZ                            | Flughafen Zürich AG   | Oui              |
| GA                             | Genève Aéroport   | Oui              |
| GF                             | Greenfield Festival AG  | Non              |
| GS                             | GastroSuisse  | Oui              |
| HS                             | HotellerieSuisse  | Oui              |
| IHZ                            | Industrie- und Handelskammer Zentralschweiz                                     | Non              |
| MAAG                           | MAAG Music & Arts AG  | Non              |
| OAE                            | Openair Etziken   | Non              |
| PTS                            | Pöschl Tobacco Switzerland AG   | Non              |
| RA                             | Royal Arena GmbH  | Non              |
| SBCK /<br>CSBC                 | Schweizer Bar und Club Kommission<br>Le commission suisse des bars et des clubs | Non              |
| SBV                            | Schweizerischer Bauernverband   | Oui              |
| SMPA                           | Swiss Music Promoters Association   | Non              |
| SnusMarkt                      | SnusMarkt.ch  | Non              |
| SRF                            | Swiss Retail Federation   | Oui              |
| TanKio                         | Tankstellen und Kioske (150)  | Non              |
| VSM                            | Verband Schweizer Medien (médiás suisses)                                       | Oui              |
| VSZ                            | Verband Schweiz. Zigarrenfabrikanten  | Oui              |
| WCS                            | Weischer Cinéma Schweiz GmbH  | Oui              |
| ZIGD                           | Zigarren Dürr, A. Dürr & Co. AG   | Non              |
| ZZ                             | Zigarren Zone GmbH  | Non              |

*Commerce et industrie, SWICIG, CS et prises de position similaires*

| <b>Acronyme de la partie prenante</b> | <b>Nom du participant à la procédure de consultation</b> | <b>Invité (Oui/Non)</b> |
|---------------------------------------|--|-------------------------|
| BAT                                   | British American Tobacco Switzerland SA                  | Non                     |
| BATV                                  | British American Tobacco Switzerland SA Vending          | Non                     |
| EE SLCA                               | Expo Event Swiss LiveCom Association                     | Non                     |
| Handel CH                             | Handel Schweiz   | Non                     |
| IGEM                                  | Interessengemeinschaft elektronische Medien              | Non                     |
| JTI                                   | Japan Tobacco International AG                           | Non                     |
| KF                                    | Konsumentenforum   | Oui                     |
| KS / CS                               | Kommunikation Schweiz / Communication Suisse             | Non                     |
| OettDavid                             | Oettinger Davidoff AG                                    | Non                     |
| PM                                    | Promarca, Schweizerischer Markenartikelverband           | Non                     |
| PMSA                                  | Philip Morris Switzerland Sàrl                           | Non                     |
| SOTA                                  | Société Coopérative pour l'achat du tabac indigène       | Oui                     |
| SWA                                   | Schweizer Werbe-Auftraggeberverband                      | Non                     |
| SWICIG                                | Swiss Cigarette  | Oui                     |
| SwissH                                | Swiss Holdings   | Non                     |
| Swiss Tabac                           | Swiss Tabac  | Oui                     |
| USAM                                  | Union suisse des arts et métiers                         | Oui                     |
| VST                                   | Vereinigung des Schweizerischen Tabakwarenhandels        | Oui                     |
| VTSS                                  | Verband Tankstellenshops Schweiz                         | Non                     |
| WiKa BL                               | Wirtschaftskammer Baselland                              | Non                     |

*Stations-service : prises de position similaires*

| Shop                          | Nom du participant à la procédure de consultation | Invité (Oui/Non) |
|-------------------------------|---|------------------|
| Altag Detailhandels AG        | Rebster Markt                                     | Non              |
| Ariana Tabacs-Journaux-Cadeau |   | Non              |
| Art & Cadeaux                 |   | Non              |
| Au Kiosque                    | Caillet-Beuchat Daniela                           | Non              |
| Auto Schweingruber AG         |   | Non              |
| Aux Arcanes                   | Pitteloud Véronique                               | Non              |
| Bäumlistorkel-Kiosk           | Schnider K.                                       | Non              |
| Bazar de Barbol               |   | Non              |
| BP Shop                       | Sepp Fässler AG                                   | Non              |
| Centre de Rosé                | Ogar SA Shop                                      | Non              |
| Chiosco Galli                 |   | Non              |
| Chiosco Posta                 |   | Non              |
| Chrigi's Tabaklädeli          | Christine Jakob                                   | Non              |
| City Carburol SA              |   | Non              |
| City Lounge Shop GmbH         |   | Non              |
| Edicola Arbigo                | Prato Florana                                     | Non              |
| Edicola Arca di Noè           | Rezzonico Alberto                                 | Non              |
| Edicola Elia Colombi SAG      | Succursale  | Non              |
| Edicola Elia Colombi SAG      | Piazzala ex Scuole                                | Non              |
| Edicola Georgis               |   | Non              |
| Edicola Molino Nuovo          |   | Non              |
| Elia Colimbi S.A.             | Agencia giornali                                  | Non              |
| Elia Colombi SA               |   | Non              |
| Elia Colombi SA               | Chiosco Pellicano                                 | Non              |
| Elia Colombi SA               | Edicola Centro Migros                             | Non              |
| Elia Colombi SA               | Edicola Migros                                    | Non              |
| Elia Colombi SA               | Edicola Ospedale                                  | Non              |
| Elia Colombi SA               | Edicola Teatro                                    | Non              |
| Eni Savosa                    | De Stefano Giuseppe                               | Non              |
| Fährenkiosk GmbH              |   | Non              |
| FT Distribution Sàrl          | Station Tamoil                                    | Non              |
| Garage Carrosserie            | Bouduban Roland SA                                | Non              |
| Garage de la Riviera          | Succursale de Groupe Leuba SA                     | Non              |
| Gasoline Gastro GmbH          |   | Non              |
| Hobby Kiosk Surses            |   | Non              |
| Iversen Tabak                 | Looser Verena                                     | Non              |
| Kiosk Ambassador              |   | Non              |
| Kiosk Bless                   | Doris Bless                                       | Non              |

|                               |                       |     |
|-------------------------------|-----------------------|-----|
| Kiosk Cruz                    |                       | Non |
| Kiosk de Cojonnex             |                       | Non |
| Kiosk GmbH                    | Egli Patrick          | Non |
| Kiosk Grünau                  |                       | Non |
| Kiosk Happy                   | D'Armiento Savina     | Non |
| Kiosk Hirzbrunnen             | Münzer M.             | Non |
| Kiosk im Zentrum              |                       | Non |
| Kiosk Maria                   | Sidikjar Hashim       | Non |
| Kiosk Morgatenring            | Mohamed Taha          | Non |
| Kiosk S. Stambach             |                       | Non |
| Kiosk Tabak-Dose              |                       | Non |
| Kiosk Tankstelle              | Giusto Giuliano       | Non |
| Kiosk Zentrum Wipkingen       |                       | Non |
| Kiosk-KA                      | F. Javie Rivera       | Non |
| Kiosk-Träff                   | Hänni Erika           | Non |
| Kiosque                       | Wenker Nicole         | Non |
| Kiosque                       |                       | Non |
| Kiosque                       | Vuacher Lucilia       | Non |
| Kiosque / Bazar               | Günay Karabulut       | Non |
| Kiosque 2000                  | Shoja                 | Non |
| Kiosque ABC Sàrl              | Rosset Fabienne       | Non |
| Kiosque Central               | Petignat Isabelle     | Non |
| Kiosque Chantal Aubert        |                       | Non |
| Kiosque Che Dalia             |                       | Non |
| Kiosque chez Rafi             |                       | Non |
| Kiosque Chez Yoyo             | Jaccard Yolande       | Non |
| Kiosque de Bellevaux          |                       | Non |
| Kiosque de Cojonnex           |                       | Non |
| Kiosque de Courroux           | Périal Iris           | Non |
| Kiosque de Grône              | Doutaz Sacha          | Non |
| Kiosque de L'église Sàrl      |                       | Non |
| Kiosque de l'Epervier         |                       | Non |
| Kiosque de l'Etraz            |                       | Non |
| Kiosque de l'Hôtel de Ville   | Vouillamoz Mary-Lyse  | Non |
| Kiosque de la Gare            |                       | Non |
| Kiosque de la Place Sàrl      | Chez Mad              | Non |
| Kiosque de la Plance          |                       | Non |
| Kiosque de la Promenade 33    |                       | Non |
| Kiosque de la Tour            |                       | Non |
| Kiosque des Parcs             |                       | Non |
| Kiosque du bois de P'tit Sàrl |                       | Non |
| Kiosque du Château            | Chappuis Mary-Blanche | Non |
| Kiosque du Closelet Sàrl      |                       | Non |
| Kiosque du Closelet Sàrl      | Chenaud Florent       | Non |

|                         |                            |     |
|-------------------------|----------------------------|-----|
| Kiosque du Pont         | Hauswirth Anne             | Non |
| Kiosque du Temple       | Miéville Jenny             | Non |
| Kiosque du Théâtre      |                            | Non |
| Kiosque et Boulangerie  | Almeida dos Santos Correia | Non |
| Kiosque Fleur-de-Lys    | Epancheurs                 | Non |
| Kiosque Gambetta        |                            | Non |
| Kiosque Giroud          | Campagna Claude Eveline    | Non |
| Kiosque Jardin Klaus    | chez la Jeanne             | Non |
| Kiosque JL Staudenmann  |                            | Non |
| Kiosque La Libellule    | Nocillerat Fabian          | Non |
| Kiosque le Chamerlain   |                            | Non |
| Kiosque le L'Etang      |                            | Non |
| Kiosque Les Rosier Sarl |                            | Non |
| Kiosque Papeterie       | Pignat Manuela             | Non |
| Kiosque Petit Métro     | Rey Barbara                | Non |
| Kiosque Pierre de Lune  |                            | Non |
| Kiosque Place du Marché | Sieber Yves-Dominique      | Non |
| Kiosque Pré de Foire    |                            | Non |
| Kiosque Sadia Tabac     |                            | Non |
| Kiosque St-Martin       |                            | Non |
| Kiosque St.-Germain     | Grillou Danièle            | Non |
| Kosque                  |                            | Non |
| Kosque Yaamitalie       |                            | Non |
| L'aviateur              | Erfami Bashir Sarl         | Non |
| La Maison du Tabac Sarl |                            | Non |
| La Marmotte             | Pauline Cardoso            | Non |
| La Tabatière            | Tuncel C.                  | Non |
| Le MEM's                | Mehmet Yaccibulut          | Non |
| Librairie-Papeterie     | des F.-Montagnes Sarl      | Non |
| Librairie-Papeterie     | des F.-Montagnes Sarl      | Non |
| Lucini Store SAGL       |                            | Non |
| Maison Vandelle         | Vannesson David            | Non |
| Marché du Centre        |                            | Non |
| Marché Luce             | Kiung Giuseppina           | Non |
| Migrol-Service          | Lüthy Sonja                | Non |
| Migros Partner          | Volkan Oezer               | Non |
| Mini-Marché Fahy        | Jurdzinski Etienne         | Non |
| Miona Tea-Room Sarl     | Ferrati R.                 | Non |
| My Shop                 | Chêne-Bourg Aldi           | Non |
| Nib Sho AG              |                            | Non |
| OIL! Tankstellen        | Schärer Kurt               | Non |
| Passion Rouge Sarl      | Station Migrol             | Non |
| Paupe Station SA        |                            | Non |
| Pionier Shop GmbH       |                            | Non |

|                              |                          |     |
|------------------------------|--------------------------|-----|
| Shop La Fleur de Lys         |                          | Non |
| Shop Le Rallye               |                          | Non |
| SMP Station Mini Prix Sàrl   |                          | Non |
| SNC Kiosque du Seyon         | Schor & Audétat          | Non |
| Socar Dienstleistungscnter   | Orpundgarage Biel AG     | Non |
| Sonja's Treff                |                          | Non |
| Spar Partner Basel           | Nabi Sedikyan            | Non |
| Spar Supermarkt              | Gjergjaj Anton           | Non |
| Stahel Immo AG, top Shop     | Stahel Karin             | Non |
| Station de la Tour Sàrl      |                          | Non |
| Station Franco-Suisse Sàrl   | Bar Kiosque Shop         | Non |
| Station Paupe                |                          | Non |
| Stazione di Servizio Eni     | De Stefano Giuseppe      | Non |
| Tabac Eaux-Vives             |                          | Non |
| Tabac Soleil                 |                          | Non |
| Tabac Tulipier               |                          | Non |
| Tabacs 21                    |                          | Non |
| Tabacs Journaux Loterie      | Dessemontet Pierre-Alain | Non |
| Tabaklädeli KLG              |                          | Non |
| Tabakwaren & Bijou zum Törli |                          | Non |
| Tabakwaren AG                | Portmann Urs             | Non |
| Unidiffusion Sàrl            | Kiosque La Tabtière      | Non |
| Vicianum Petroleum           |                          | Non |
| Xpert Sàrl Kiosque           |                          | Non |

Santé, général

| Acronyme de la partie prenante | Nom du participant à la procédure de consultation  | Invité (Oui/Non) |
|--------------------------------|--|------------------|
| AMCS                           | Association des médecins cantonaux de Suisse (VKS<br>Vereinigung der Kantonsärztinnen und Kantonsärzte der Schweiz)                    | Oui              |
| APS                            | Addiction Psychology Switzerland   | Non              |
| ASN                            | Associazione Svizzera Non fumatori   | Oui              |
| BKCH                           | Blaues Kreuz Schweiz   | Oui              |
| CDCA                           | Conférence des délégués cantonaux aux problèmes des addictions (KKBS Konferenz der kantonalen Beauftragten für Suchtfragen)            | Oui              |
| CDS                            | Conférence des directrices et directeurs cantonaux de la santé (GDK Konferenz der kantonalen Gesundheitsdirektorinnen und -direktoren) |                  |
| CFEJ                           | Commission fédérale pour l'enfance et la jeunesse (EKKJ<br>Eidgenössische Kommission für Kinder- und Jugendfragen)                     | Non              |
| CIPRET FR                      | CIPRET Fribourg, Centre de prévention du tabagisme   | Oui              |
| CIPRET GE                      | CIPRET Genève  | Oui              |
| CSAJ                           | Conseil Suisse des Activités de Jeunesse   | Oui              |
| EKK                            | Eidgenössischen Kommission für Konsumentenfragen   | Non              |
| EKSN                           | Eidgenössischer Kommission für Fragen zu Sucht und Prävention nichtübertragbarer Krankheiten   | Oui              |
| FKCGS                          | Dachverband Freikirchen und christliche Gemeinschaften Schweiz   | Non              |
| FMH                            | Verbindung Schweizer Ärztinnen und Ärzte   | Oui              |
| FS                             | Fachverband Sucht  | Oui              |
| FSP                            | Föderation der Schweizer Psychologinnen und Psychologen  | Non              |
| GFCH                           | Gesundheitsförderung Schweiz   | Oui              |
| GREA                           | Groupement Romand d'Etudes des Addictions  | Oui              |
| Infodrog                       | Infodrog, Schweizerische Koordinations- und Fachstelle Sucht   | Oui              |
| LCTI                           | Lega cancro Ticino   | Non              |
| LJC                            | Ligue jurassienne contre le cancer   | Non              |
| LPTI                           | Lega Polmonare Ticinese  | Non              |
| LPV                            | Ligue pulmonaire vaudoise  | Non              |
| MFE                            | Haus- und Kinderärzte Schweiz  | Non              |
| NAS                            | Nationale Arbeitsgemeinschaft Suchtpolitik   | Oui              |
| NKS                            | Netzwerk Kinderrechte Schweiz  | Oui              |
| OXY                            | OxySuisse  | Non              |
| PSV-<br>CIPRET                 | Promotion santé Valais   | Oui              |
| RI                             | The Regulatory Institute   | Non              |
| SPBAD                          | Suchtpräventionsstelle der Bezirke Affoltern und Dietikon  | Non              |
| SPBD                           | Suchtpräventionsstelle Bezirk Dielsdorf  | Non              |
| SPHD                           | Swiss Public Health Doctors  | Non              |



|          |   |     |
|----------|---|-----|
| SPZO     | Suchtpräventionsstelle Zürcher Oberland                               | Non |
| SWIOLY   | Swiss Olympic   | Oui |
| Unisanté | Centre universitaire de médecine générale et santé publique, Unisanté | Non |
| ZFPS     | Zürcher Fachstelle zur Prävention des Suchtmittelmissbrauchs          | Non |
| ZSV      | Zentrum für Spielsucht und andere Verhaltenssüchte                    | Non |

*Santé, VKoT et prises de position similaires*

| Acronyme de la partie prenante | Nom du participant à la procédure de consultation                    | Invité (Oui/Non) |
|--------------------------------|--|------------------|
| ALLOB                          | Allianz Adipositas Schweiz   | Non              |
| BEGES                          | Berner Gesundheit  | Oui              |
| DiabFri                        | Diabète Fribourg   | Non              |
| DOJ                            | Dachverband Offene Kinder- und Jugendarbeit Schweiz                  | Oui              |
| GELIKO                         | Schweiz. Gesundheitsligen-Konferenz                                  | Oui              |
| KIS                            | Kinderärzte Schweiz  | Non              |
| KLOCH                          | Krebsliga Ostschweiz   | Non              |
| KLS                            | Krebsliga Schweiz  | Oui              |
| KLTG                           | Krebsliga Thurgau  | Non              |
| KLZCH                          | Krebsliga Zentralschweiz   | Non              |
| LFC                            | Ligue fribourgeoise contre le cancer                                 | Non              |
| LL GR                          | Lungenliga Graubünden  | Non              |
| LLS                            | Lungenliga Schweiz   | Oui              |
| LPF                            | Ligue pulmonaire fribourgeoise                                       | Non              |
| OncoS                          | Oncosuisse   | Non              |
| QCC                            | Verein QualiCCare  | Non              |
| SDV                            | Schweizerischer Drogistenverband                                     | Oui              |
| SGAIM                          | Schweizerische Gesellschaft für Allgemeine Innere Medizin            | Non              |
| SGHC                           | Schweiz. Gesellschaft für Herz- und thorakale Gefässchirurgie        | Non              |
| SGK                            | Schweizerische Gesellschaft für Kardiologie                          | Non              |
| SGP                            | Pädiatrie Schweiz  | Non              |
| SGPCH                          | Schweizerische Gesellschaft für Pneumologie                          | Non              |
| SGPK                           | Schweizerische Gesellschaft für Pädiatrische Kardiologie             | Non              |
| SGPP                           | Schweizerische Gesellschaft für Pädiatrische Pneumologie             | Non              |
| SGT                            | Schweiz. Gesellschaft für Thoraxchirurgie                            | Non              |
| SKS                            | Stiftung für Konsumentenschutz                                       | Oui              |
| SMK                            | Swiss Medi Kids AG - Kinder Permanence                               | Non              |
| STIS                           | Stiftung IdéeSport   | Non              |
| SVBG                           | Schweizerischer Verband der Berufsorganisationen im Gesundheitswesen | Non              |
| SWITS                          | Swiss Dental Hygienists  | Non              |

|      |   |     |
|------|---|-----|
| VKoT | Verein «Ja zum Schutz der Kinder und Jugendlichen vor Tabakwerbung» | Oui |
| VSAO | Verband Schweizerischer Assistenz- und Oberärztinnen und -ärzte     | Non |

*Santé, AT et prises de position similaires*

| Acronyme de la partie prenante | Nom du participant à la procédure de consultation                                    | Invité (Oui/Non) |
|--------------------------------|--|------------------|
| Addiction CH                   | Addiction Suisse   | Oui              |
| AGS                            | Allianz Gesunde Schweiz  | Oui              |
| AT Schweiz                     | Arbeitsgemeinschaft Tabakprävention Schweiz  | Oui              |
| CER-VD                         | Commission d'éthique de la recherche du canton de Vaud                               | Non              |
| CIPRET JU                      | CIPRET Jura, Fondation O2  | Non              |
| IDS                            | Institut de droit de la santé, Faculté de droit, Unine                               | Non              |
| LL BE                          | Lungenliga Bern  | Non              |
| LL SG-A                        | Lungenliga St. Gallen-Appenzell  | Non              |
| LL Sion                        | Lungenliga Sion  | Non              |
| LL SO                          | Lungenliga Solothurn   | Non              |
| LL TG                          | Lungenliga Thurgau   | Non              |
| LUZH                           | Verein Lunge Zürich  | Non              |
| pABe1                          | Anke Berger, Swiss Tropical and Public Health Institute                              | Non              |
| pABe2                          | Anne Bergeron, Service Pneumologie, HUG  | Non              |
| pBEg                           | Bernard Egger, Hôpital de Rolle  | Non              |
| pBSp                           | Ben Spycher, Institute of Social and Preventive Medicine, UniBe                      | Non              |
| pCAr                           | Chantal Arditi, Département Epidémiologie et Systèmes de Santé, Unisanté             | Non              |
| pCBo                           | Cédric Bongard, Service de Pneumologie, CHUV   | Non              |
| pCGa                           | Christophe von Garnier, Service de Pneumologie, CHUV                                 | Non              |
| pFGu                           | Franco Guscetti, Institut für Veterinärpathologie der Universität Zürich             | Non              |
| pGHa                           | Gaudenz Hafen  | Non              |
| pGMa                           | Géraldine Marks Sultan, Unine  | Non              |
| pGRo                           | Guillaume Roduit, Haute école pédagogique du canton de Vaud                          | Non              |
| PHS                            | Public Health Schweiz  | Oui              |
| pJPe                           | Jannick Petremand  | Non              |
| pMBo                           | Murielle Bochud  | Non              |
| pMEe                           | Marloes Eeftens, Swiss Tropical and Public Health Institute                          | Non              |
| pMGa                           | Magda Gamba,   | Non              |
| pMPu                           | Milo Puhan, UZH  | Non              |
| pPMa                           | Pedro Marques-Vidal, département médecine, CHUV                                      | Non              |
| pPMi                           | Pierre-André Michaud, Prof. honoraire de la Faculté de biologie et de médecine, UNIL | Non              |

|           |   |     |
|-----------|---|-----|
| pPRi      | Philippe Rieder, La Permanence d'Y-Parc                                 | Non |
| pRMo      | Richard Mottl   | Non |
| pSBe      | Sylvan Berrut, Département Epidémiologie et Systèmes de Santé, Unisanté | Non |
| pSBi      | Stefan Biendl   | Non |
| pSBI      | Sylvain Blanchon, CHUV  | Non |
| pVSp      | Viviane Sprecher  | Non |
| RADIX     | Schweizer Gesundheitsstiftung RADIX                                     | Oui |
| SBAP      | Schweizerischer Berufsverband für Angewandte Psychologie                | Non |
| SHS       | Schweizerische Herzstiftung   | Oui |
| SSPH+     | Swiss School of Public Health   | Non |
| Stop2drop | Stop2drop   | Non |
| SUPSI     | Scuola universitaria professionale della Svizzera italiana              | Non |

*Cigarettes électroniques, général*

| Acronyme de la partie prenante | Nom du participant à la procédure de consultation | Invité (Oui/Non) |
|--------------------------------|---|------------------|
| EQOY                           | EQOY International Group AG                       | Non              |

*Cigarettes électroniques, SVTA et prises de position similaires*

| Acronyme de la partie prenante | Nom du participant à la procédure de consultation | Invité (Oui/Non) |
|--------------------------------|---|------------------|
| CV                             | City-Vape   | Non              |
| Dampfi                         | Dampfi  | Non              |
| DC                             | Distro Corp                                       | Non              |
| DQ                             | Dampfqueen GmbH                                   | Non              |
| Haifin                         | Haifin GmbH                                       | Non              |
| MH                             | Macher Handels GmbH                               | Non              |
| MVM                            | Mix-Vape-Mods                                     | Non              |
| NVS                            | Nebel Vape Store                                  | Non              |
| pDMa                           | Daniel Marcolin                                   | Non              |
| pFLo                           | Finn Lornsen                                      | Non              |
| pMKu                           | Michèle Kuhn                                      | Non              |
| pMSc                           | Martin Schorer                                    | Non              |
| pPTr                           | Peter Trachsel                                    | Non              |
| pSGr                           | Stefan Grisel                                     | Non              |
| pSKn                           | Susanna Kneubühler                                | Non              |
| RV                             | Red Vape  | Non              |
| Squiri                         | Squiri AG   | Non              |
| SV                             | Swiss Vapors                                      | Non              |
| SVTA                           | Swiss Vape Trade Association                      | Oui              |
| Viviswiss                      | Viviswiss GmbH                                    | Non              |

*Organisations diverses*

| <b>Acronyme de la partie prenante</b> | <b>Nom du participant à la procédure de consultation</b> | <b>Invité (Oui/Non)</b> |
|---------------------------------------|--|-------------------------|
| VKCS                                  | Verband der Kantonschemiker der Schweiz                  | Oui                     |
| MBA ZH                                | Mittelschul- und Berufsbildungsamt Kanton Zürich         | Non                     |

\*\*\*