

Le tabac du point de vue

économique

et réglementaire

Pascal Diethelm

Président d'OxySuisse
diethelm@oxysuisse.ch

Le marché de la cigarette: un marché particulièrement lucratif

Le marché traditionnel de la cigarette est caractérisé par trois propriétés qui le rendent particulièrement lucratif : c'est ...

- un marché de *masse*
- un marché *récurrent*
- un marché *captif*

Caractéristiques du marché de la cigarette

- Un marché de masse

Plus d'un milliard de consommateurs

- Un marché récurrent

Un consommateur fume en moyenne 10 cigarettes par jour, tirant en moyenne 10 bouffées par cigarette. C'est l'une des consommations les plus répétitives qui soient.

- Un marché captif

En fait, doublement captif:

Dans le sens économique: L'offre est très restreinte, venant d'un petit nombre de compagnies qui forment un oligopole et opèrent comme un cartel.

Dans le sens comportemental: Le produit étant addictogène, il réduit l'autonomie du consommateur, qui a besoin à intervalles réguliers de sa dose de nicotine, induisant un achat quasi compulsif du produit.

Au début du 20^{ème} siècle, la production de masse a conduit à la surproduction : l'offre de biens dépassant la demande des consommateurs, les fabricants ont eu recours à l'obsolescence programmée et à la publicité pour manipuler les dépenses des consommateurs.

Source: Wikipedia en anglais

La cigarette manufacturée moderne est le produit emblématique du **consumérisme** américain du début du 20^{ème} siècle.

Au début du 20^{ème} siècle, la production de masse a conduit à la surproduction : l'offre de biens dépassant la demande des consommateurs, les fabricants ont eu recours à l'obsolescence programmée et à la publicité pour manipuler les dépenses des consommateurs.

Source: Wikipedia en anglais

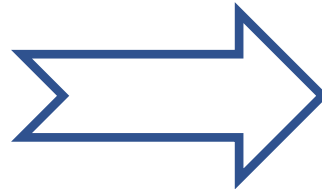
La cigarette manufacturée moderne est le produit emblématique du **consumérisme** américain du début du 20^{ème} siècle.

Du point de vue du consumérisme, la cigarette peut être considérée comme **un produit parfait** : sa seule utilité est de créer sa propre demande!

Autres produits du même type

Le rasoir Gillette

Comment rendre un marché de masse récurrent et captif



Récurrent: Le rasoir Gillette avec lames jetables remplace le coupe choux qu'on affûte.
Captif: Le rasoir Gillette n'est utilisable qu'avec des lames de la même marque.

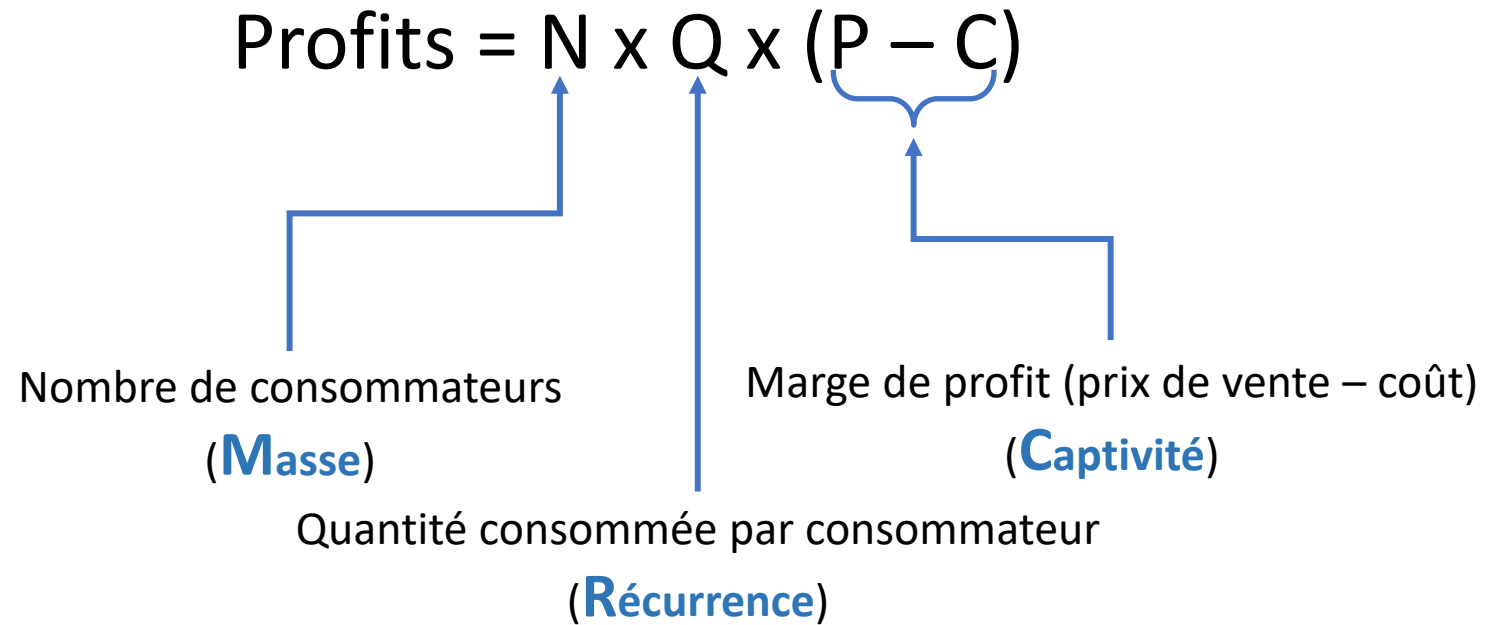
Autres produits du même type

Machine à café Nespresso

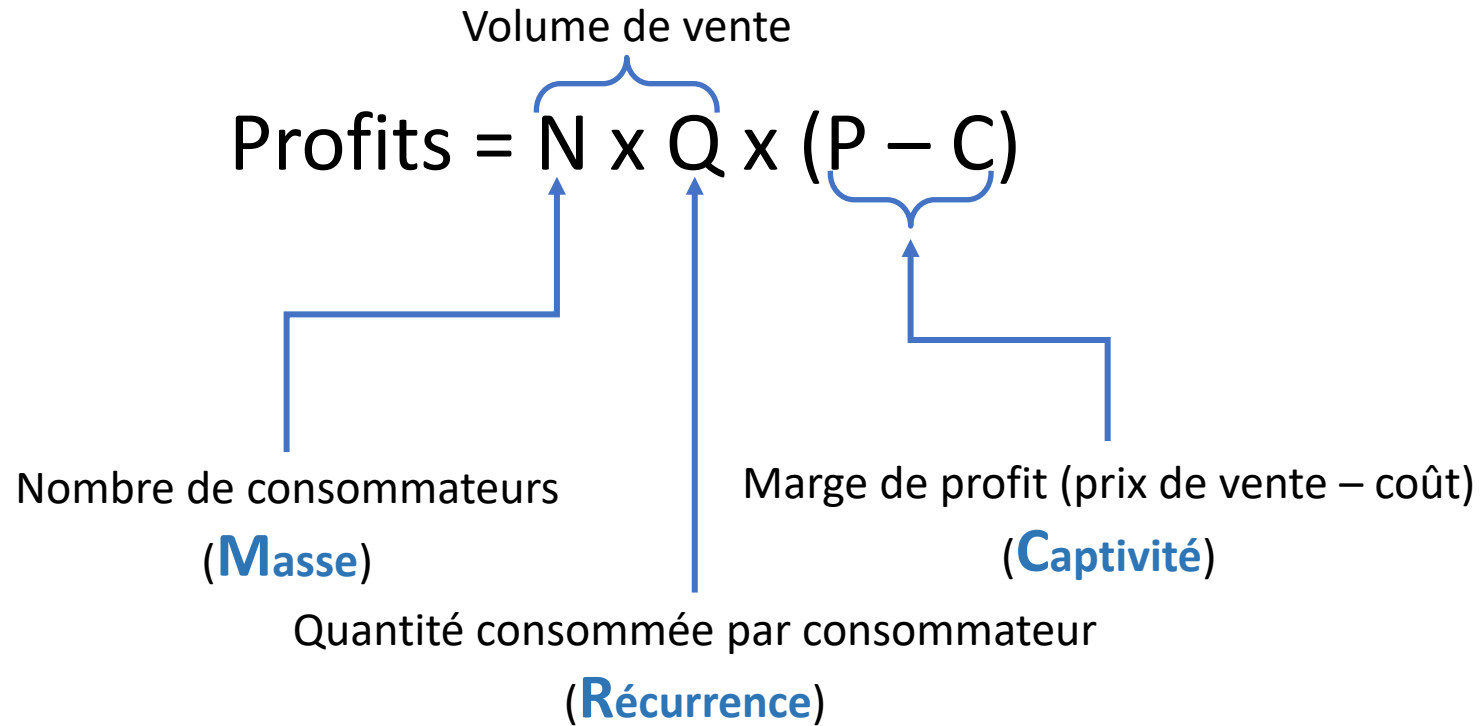


Les prix abordables des machines Nespresso permettent à Nestlé de vendre le café quatre fois plus cher que le café en grains

Intérêt d'un marché de masse, récurrent et captif



Intérêt d'un marché de masse, récurrent et captif



L'âge d'or de l'industrie de la cigarette (20^{ème} siècle)

$$\text{Profits} = N \times Q \times (P - C)$$

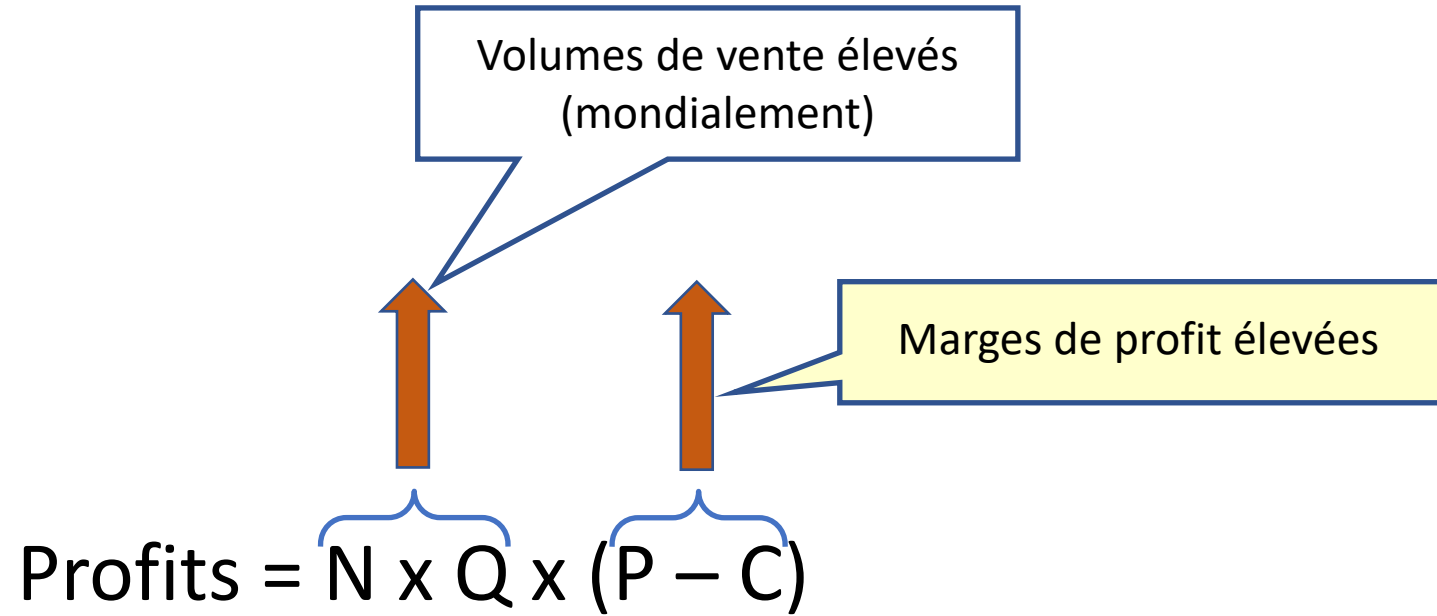
L'âge d'or de l'industrie de la cigarette (20^{ème} siècle)

Volumes de vente élevés
(mondialement)

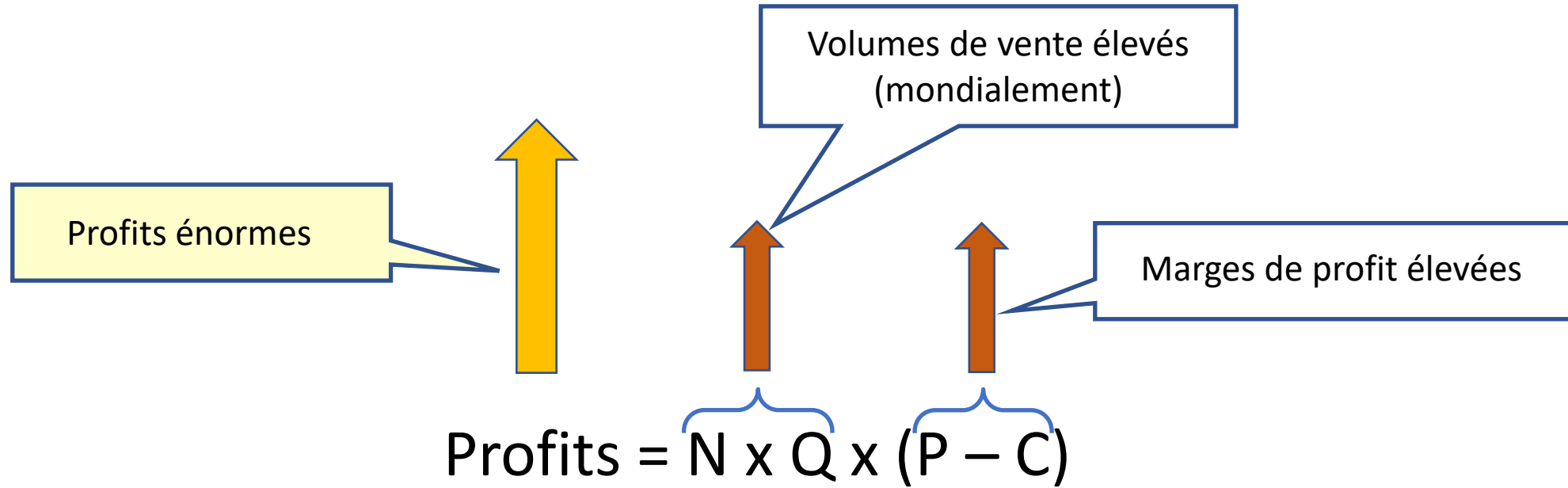


$$\text{Profits} = N \times Q \times (P - C)$$

L'âge d'or de l'industrie de la cigarette (20^{ème} siècle)



L'âge d'or de l'industrie de la cigarette (20^{ème} siècle)



Fin de l'âge d'or de l'industrie de la cigarette

TROIS COUPS DE BUTOIR ont mis fin à l'âge d'or de l'industrie de la cigarette:

- Procès américains (1998: MSA, 2006: procès RICO)
- Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac (2003)
- Développement fulgurant du marché de la cigarette électronique (à partir de 2006)

Fin de l'âge d'or de l'industrie de la cigarette

TROIS COUPS DE BUTOIR ont mis fin à l'âge d'or de l'industrie de la cigarette:

- Procès américains (1998: MSA, 2006: procès RICO)
- Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac (2003)
- Développement fulgurant du marché de la cigarette électronique (à partir de 2006)

Fin de l'âge d'or de l'industrie de la cigarette

TROIS COUPS DE BUTOIR ont mis fin à l'âge d'or de l'industrie de la cigarette:

- Procès américains (1998: MSA, 2006: procès RICO)
- **Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac (2003)**
- Développement fulgurant du marché de la cigarette électronique (à partir de 2006)

Fin de l'âge d'or de l'industrie de la cigarette

TROIS COUPS DE BUTOIR ont mis fin à l'âge d'or de l'industrie de la cigarette:

- Procès américains (1998: MSA, 2006: procès RICO)
- Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac (2003)
- Développement fulgurant du marché de la cigarette électronique (à partir de 2006)

Situation de l'industrie de la cigarette depuis 2012

$$\text{Profits} = N \times Q \times (P - C)$$

Situation de l'industrie de la cigarette depuis 2012

$$\text{Profits} = N \times Q \times (P - C)$$



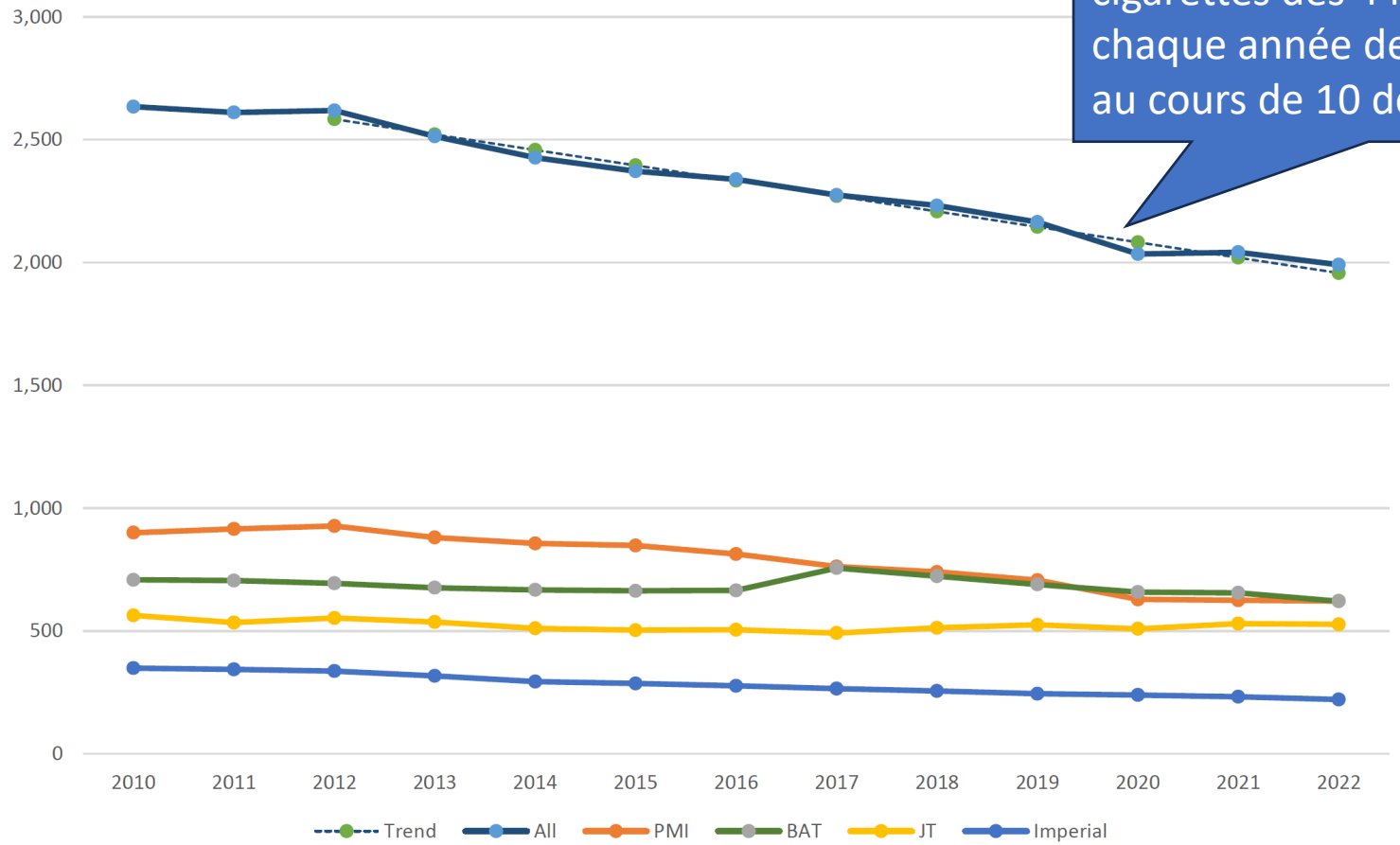
Situation de l'industrie de la cigarette depuis 2012

$$\text{Profits} = N \times Q \times (P - C)$$



Le volume des ventes
baisse, le marché décline
(mondialement)

Cigarettes Shipment Volumes (Bn sticks)
BAT, Imperial, JT and PMI



Le volume annuel des ventes de cigarettes des 4 majors a baissé chaque année de -3% en moyenne au cours de 10 dernières années.

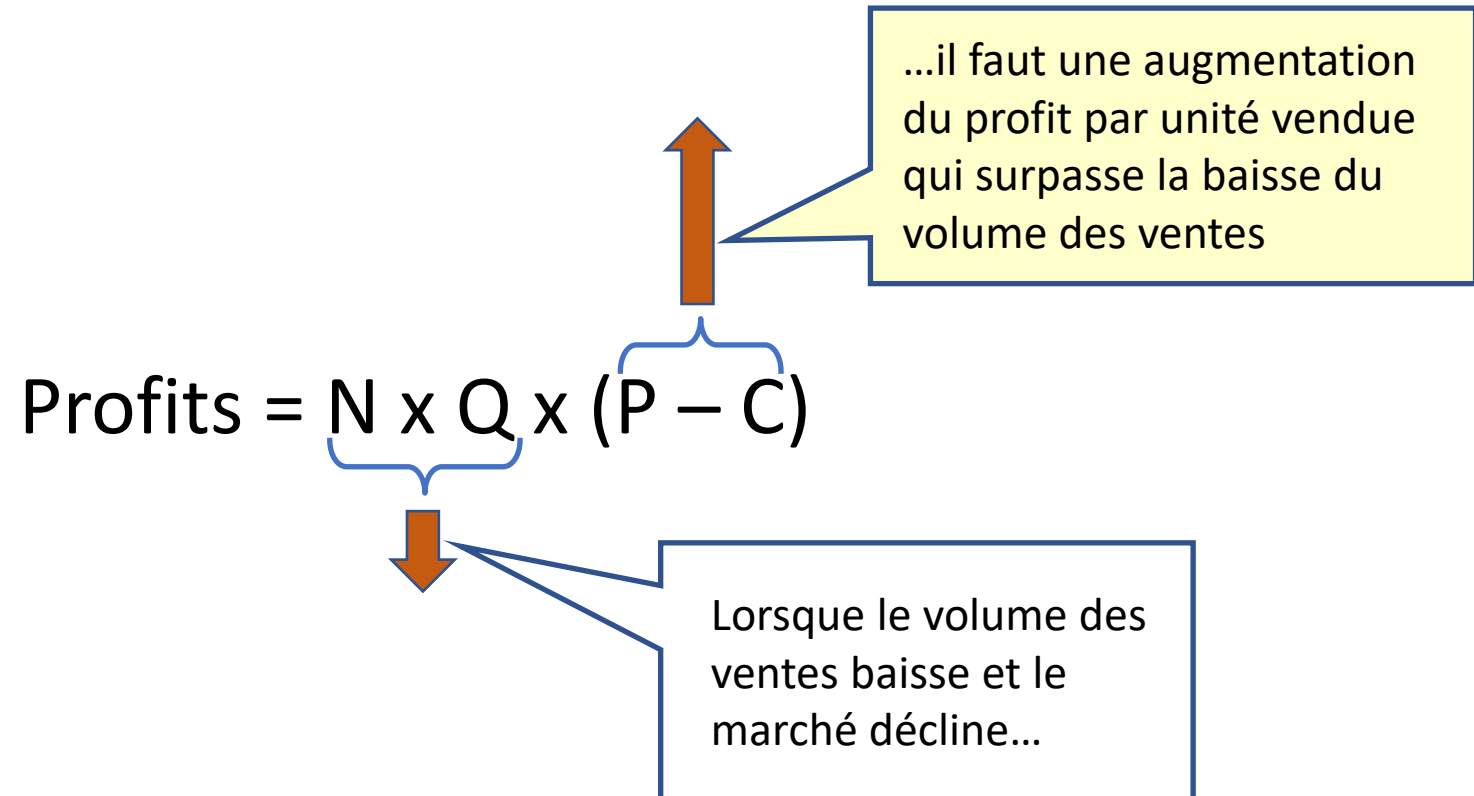
Comment l'industrie fait face à un marché déclinant: les leviers du prix et du coût

$$\text{Profits} = N \times Q \times (P - C)$$



Lorsque le volume des ventes baisse et le marché décline...

Comment l'industrie fait face à un marché déclinant: les leviers du prix et du coût



Comment l'industrie fait face à un marché déclinant: les leviers du prix et du coût

...et alors les profits continuent d'augmenter d'une année à l'autre



...il faut une augmentation du profit par unité vendue qui surpasse la baisse du volume des ventes

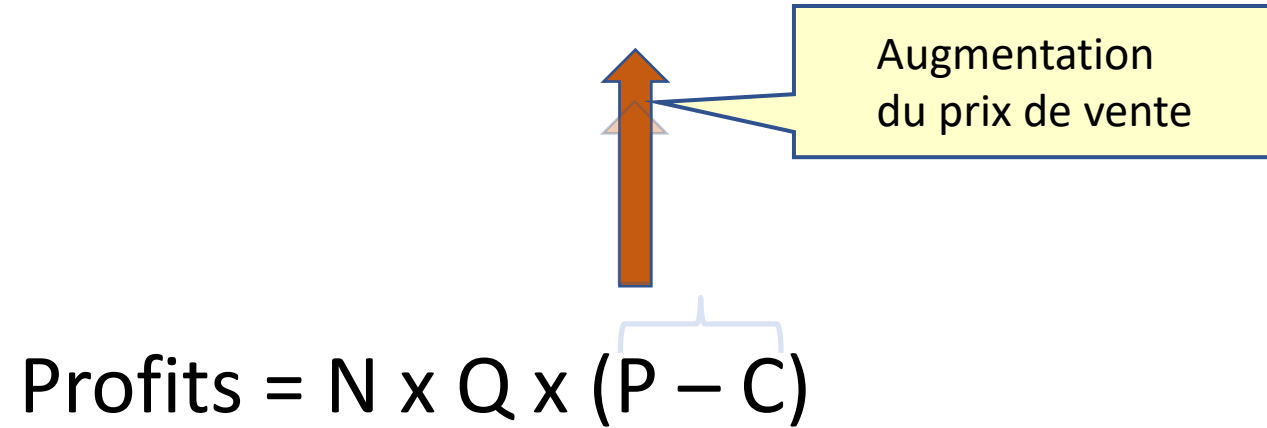


$$\text{Profits} = N \times Q \times (P - C)$$

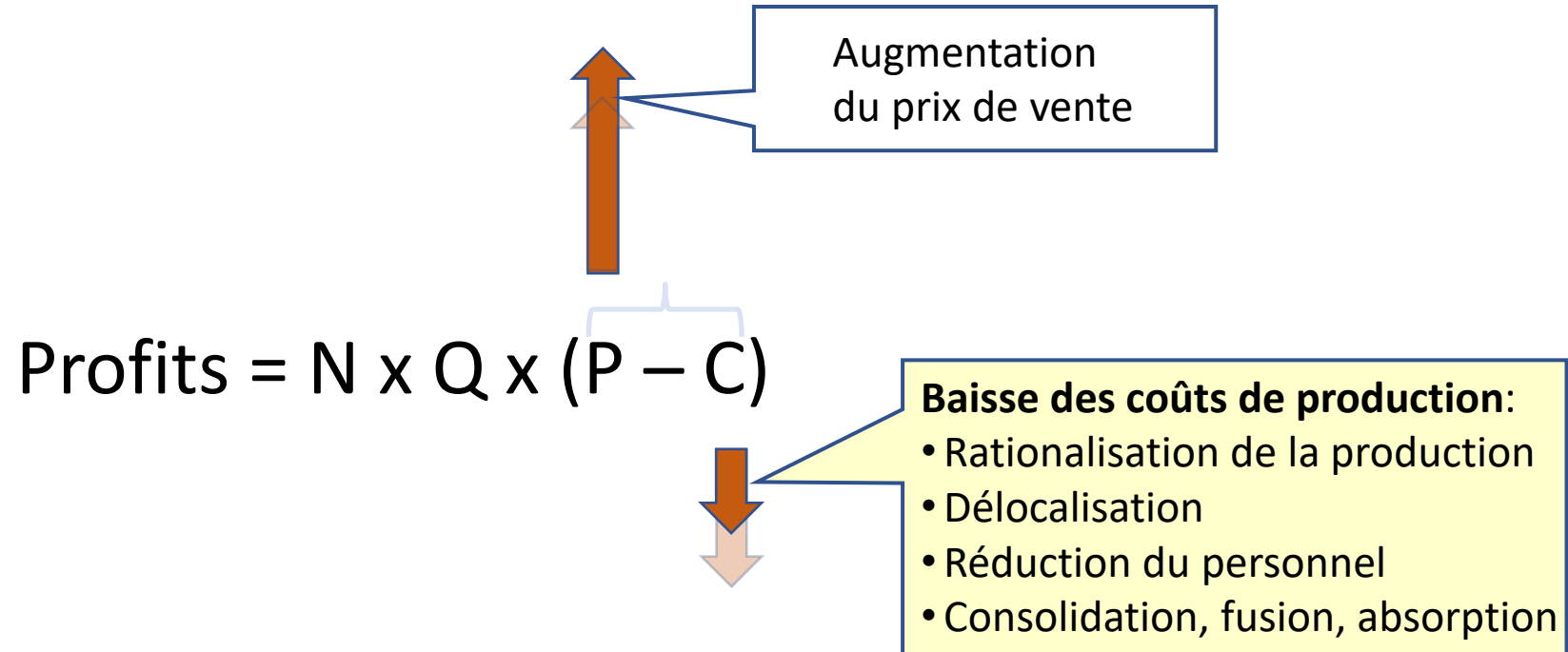


Lorsque le volume des ventes baisse et le marché décline...

Comment augmenter le profit par unité vendue



Comment augmenter le profit par unité vendue




Un élément s'immisce dans la politique de prix

$$\text{Profits} = N \times Q \times (P - T - C)$$

Un élément s'immisce dans la politique de prix

$$\text{Profits} = N \times Q \times (P - \mathbf{T} - C)$$

Taxe sur le tabac
(Captivité)



Un élément s'immisce dans la politique de prix

$$\text{Profits} = N \times Q \times (P - \mathbf{T} - C)$$

Taxe sur le tabac
(**Captivité**)

Recommandation de l'OMS:
Au minimum $T = 0,75 \times P$

Un élément s'immisce dans la politique de prix

$$\text{Profits} = N \times Q \times (P - T - C)$$

La taxe cannibalise la différence entre prix de vente et coût, réduisant la marge de profit des cigarettiers.

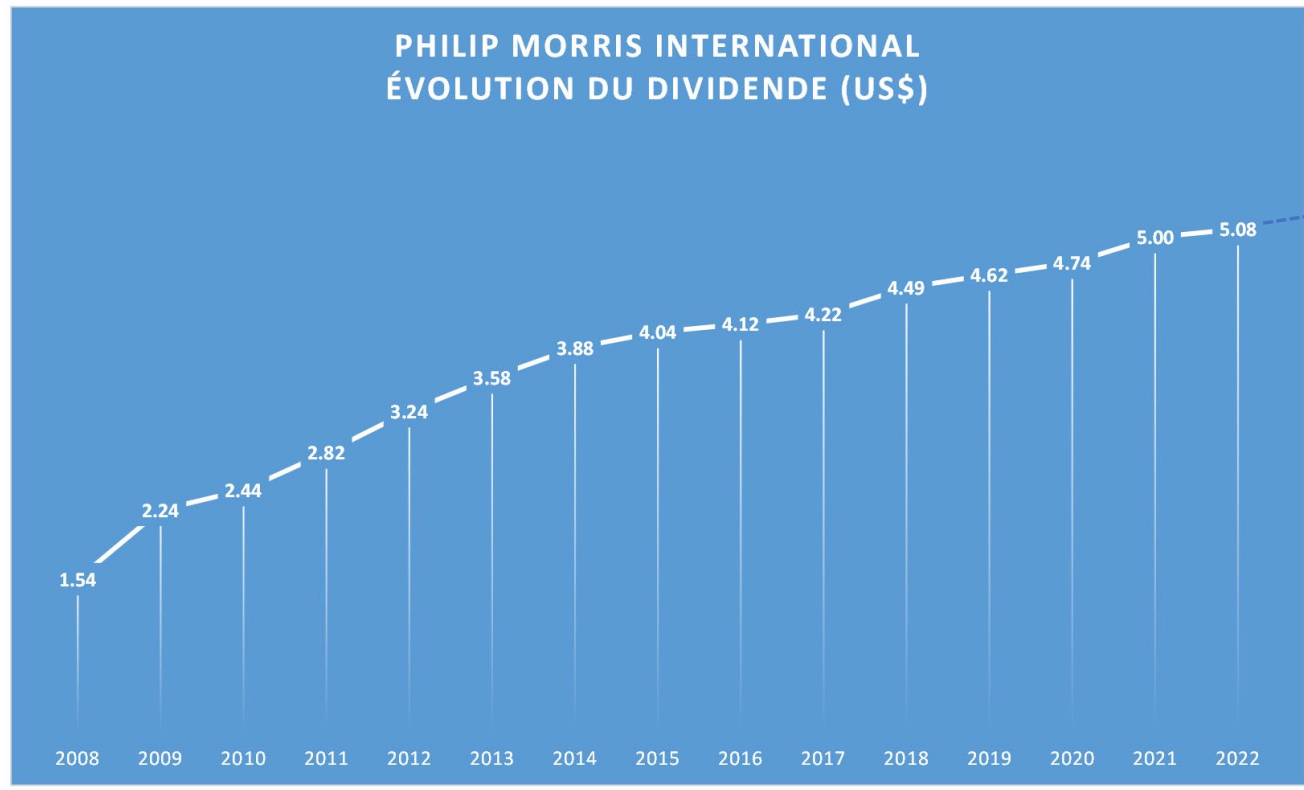
Taxe sur le tabac
(**Captivité**)

Recommandation de l'OMS:
Au minimum $T = 0,75 \times P$

L'industrie de la cigarette fait face à un double défi :

- déclin mondial des ventes de cigarettes
- déclin de leur rentabilité dans les marchés fortement réglementés (qui mettent en œuvre les prescriptions de la Convention-cadre de l'OMS)

L'engagement fondamental de Philip Morris envers ses actionnaires



Comment la multinationale Philip Morris va-t-elle pouvoir tenir son engagement de dégager toujours plus de profits pour ses actionnaires?

Comment Philip Morris, et toute l'industrie du tabac, font face à ce dilemme :

continuer d'augmenter les profits
alors que le marché décline ?

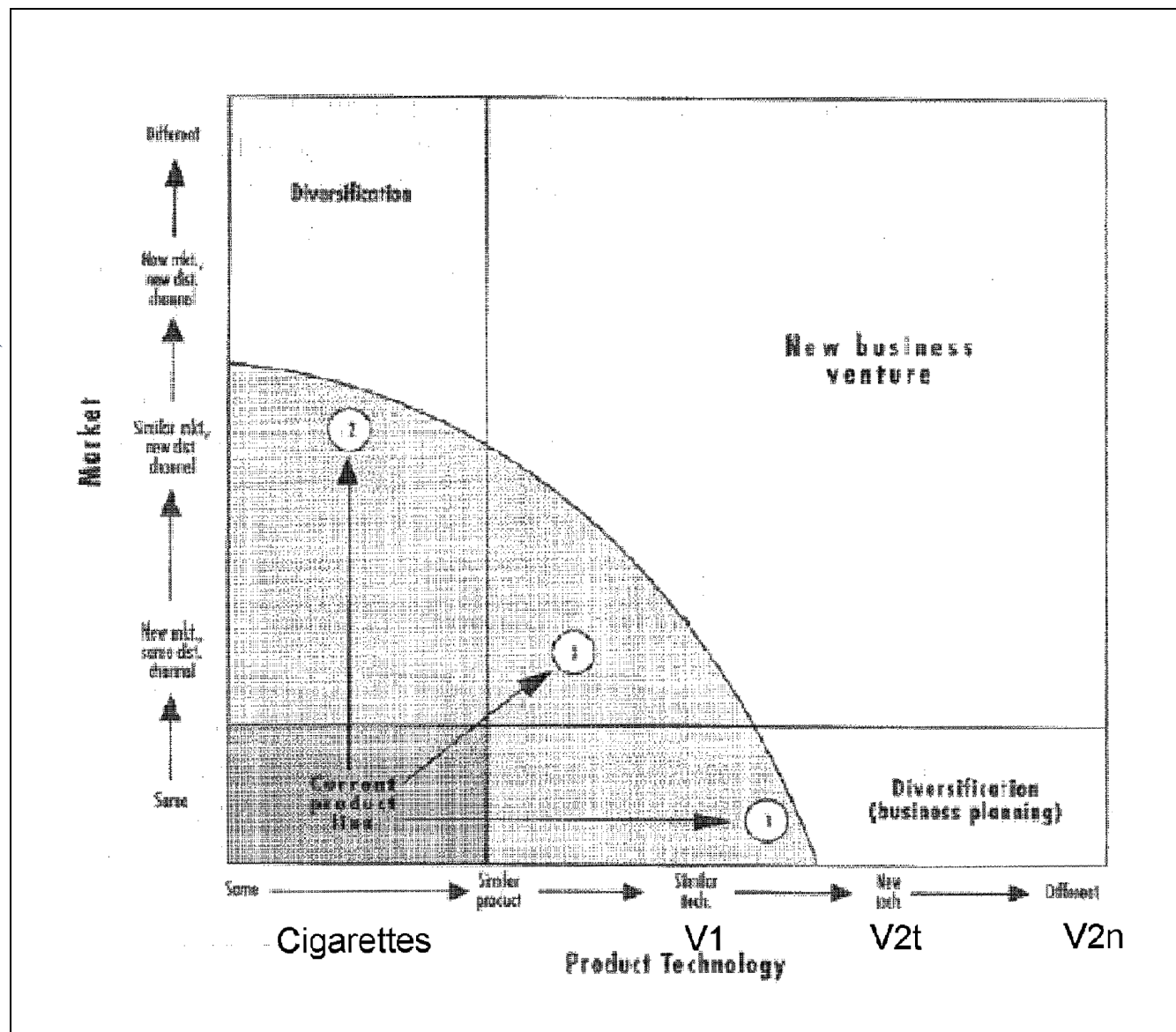
Comment Philip Morris, et toute l'industrie du tabac, font face à ce dilemme :

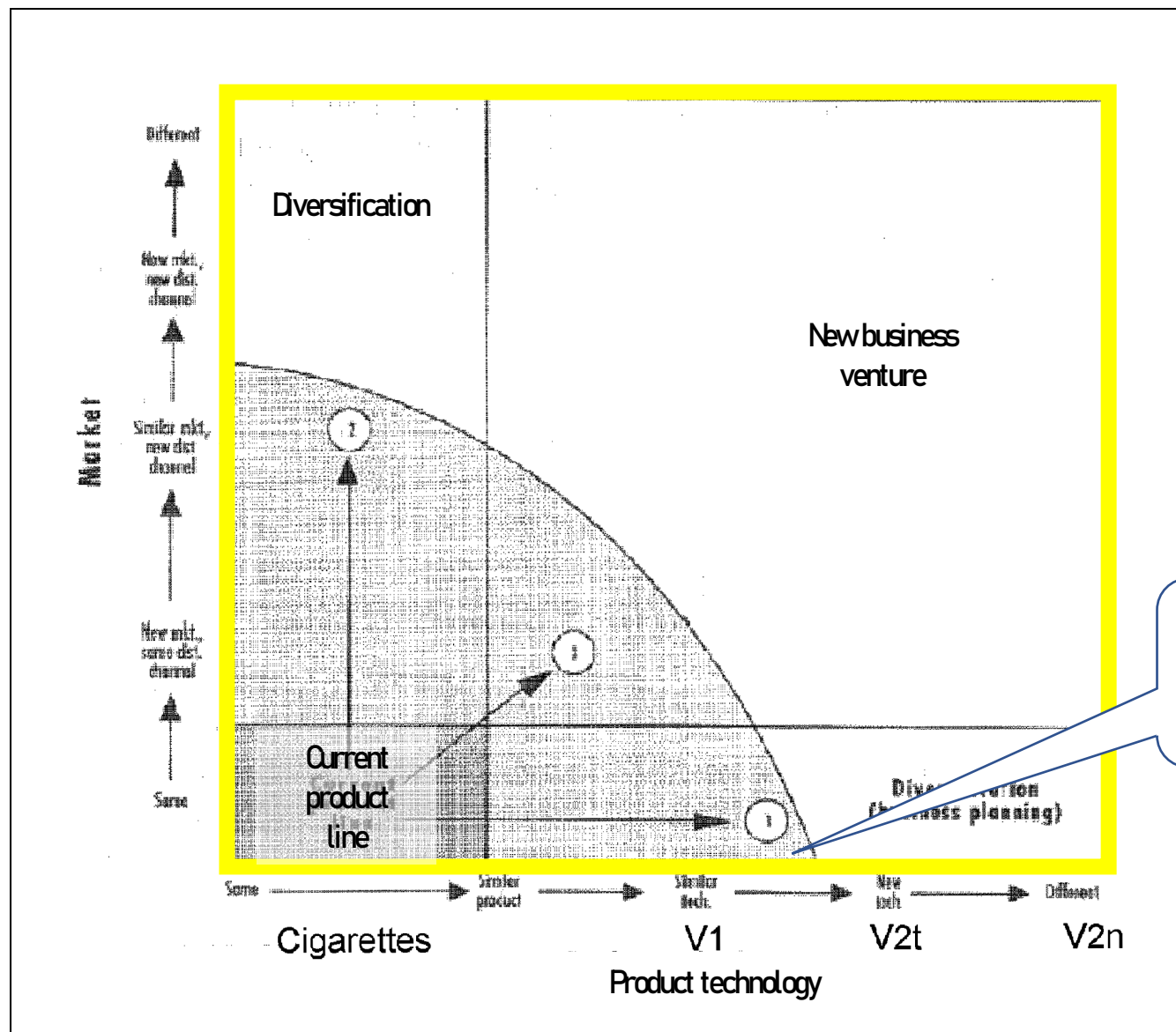
continuer d'augmenter les profits
alors que le marché décline ?

Réponse:

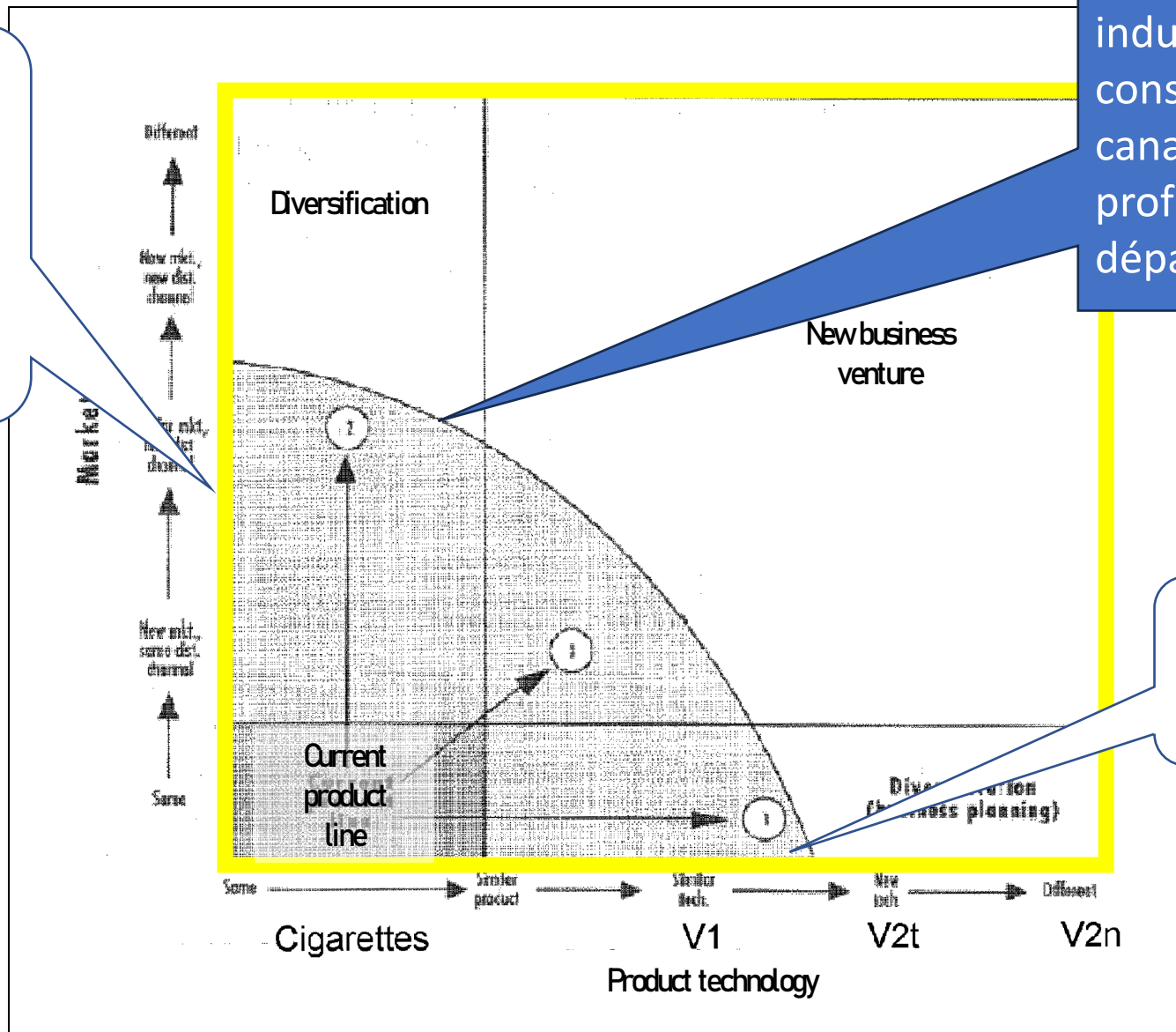
LA DIVERSIFICATION

Document interne
de Philip Morris
de 2004





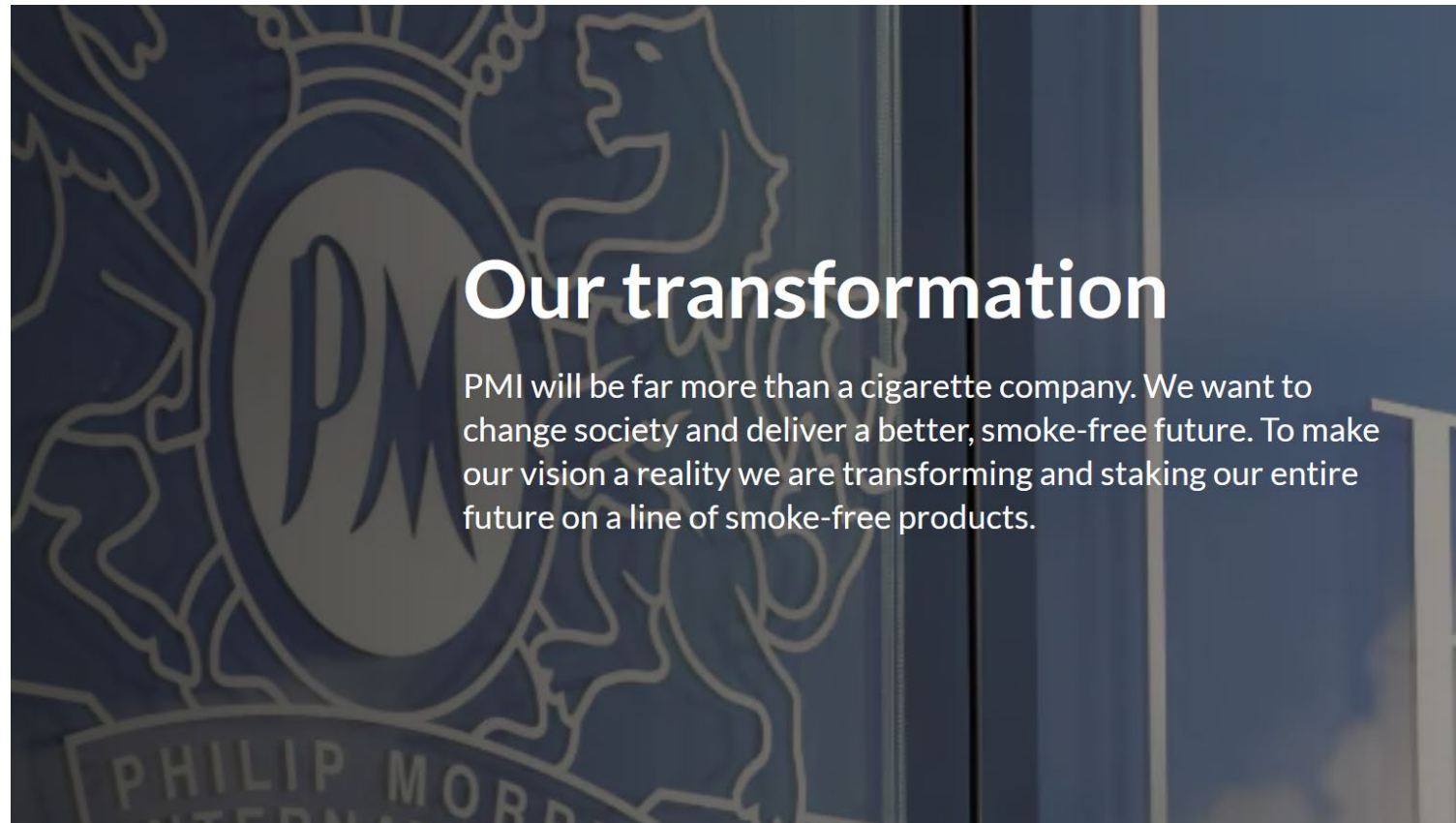
Nouveaux marchés, nouveaux canaux de distribution pour la cigarette



La diversification des produits induit une diversification des consommateurs et des canaux de distribution, qui profitent au produit de départ, la cigarette.

Nouveaux produits (tabac chauffé, e-cig)

Pour cela, l'industrie a opéré ce que Philip Morris appelle sa « transformation »



La « grande transformation »

Objectif: Assurer la durabilité de l'augmentation des profits
(« sustainable profits »)

Buts:

- Introduire des produits moins taxés pour retrouver de grandes marges de profit
- Relancer la demande
 - ✓ Stopper son déclin
 - ✓ La faire repartir à la hausse

Approche:

- Prendre le contrôle du marché des nouveaux produits, y compris celui de la cigarette électronique
- Créer un marché captif des nouveaux produits de la nicotine
- Utiliser la « réduction des risques » pour le marketing des nouveaux produits et pour une taxation favorable

La « grande transformation »

En bref

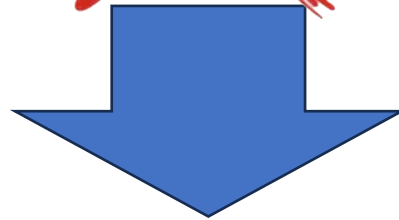
INDUSTRIE DU TABAC



La « grande transformation »

En bref

~~INDUSTRIE DU TABAC~~



INDUSTRIE DE LA NICOTINE

Un seul marché, de multiples points d'entrée



Extraits d'une présentation interne et confidentielle de Philip Morris de 2014

Document interne
de Philip Morris
de 2014

PMI fiscal objective for P1 (P1 = code pour IQOS)

Support the commercial viability of PMI's RRP's, by creating the right fiscal framework

1. Avoid a competitive disadvantage (e.g. Ploom vs P1)
 - Aim to get competing and comparable products in the same tax category
 2. Ensure long term profitability
 - Preference for specific structure, to support good pricing productivity
 3. Ensure consumer affordability
 - Favorable tax level to reflect higher production costs and cost of device
- Taxation other than cigarettes is a must

Source: Reuters. The Philip Morris Files. 2014 Reduced Risk Product Briefing.

Excerpts from a 2014 Philip Morris International document that outlines the company's strategy on reduced-risk products including iQOS. Reuters has redacted some names.

<https://www.documentcloud.org/public/search/projectid:%2033738-the-philip-morris-files>

Extraits d'une présentation interne et confidentielle de Philip Morris de 2014

Les objectifs fiscaux
de PMI pour P1 (IQOS)

PMI fiscal objective for P1 (P1 = code pour IQOS)

Support the commercial viability of PMI's RRP's, by creating the right fiscal framework

1. Avoid a competitive disadvantage (e.g. Ploom vs P1)
 - Aim to get competing and comparable products in the same tax category
 2. Ensure long term profitability
 - Preference for specific structure, to support good pricing productivity
 3. Ensure consumer affordability
 - Favorable tax level to reflect higher production costs and cost of device
- Taxation other than cigarettes is a must

© 2014 Philip Morris Inc. All rights reserved. This document is confidential and for internal use only.

Source: Reuters. The Philip Morris Files. 2014 Reduced Risk Product Briefing.

Excerpts from a 2014 Philip Morris International document that outlines the company's strategy on reduced-risk products including iQOS. Reuters has redacted some names.

<https://www.documentcloud.org/public/search/projectid:%2033738-the-philip-morris-files>

Extraits d'une présentation interne et confidentielle de Philip Morris de 2014

PMI fiscal objective for P1 (P1 = code pour IQOS)

Support the commercial viability of PMI's RRP's, by creating the right fiscal framework

1. Avoid a competitive disadvantage (e.g. Ploom vs P1)
 - Aim to get competing and comparable products in the same tax category
 2. Ensure long term profitability
 - Preference for specific structure, to support good pricing productivity
 3. Ensure consumer affordability
 - Favorable tax level to reflect higher production costs and cost of device
- Taxation other than cigarettes is a must

Assurer la rentabilité à long terme avec une fiscalité spécifique, permettant des prix avec une bonne marge

Source: Reuters. The Philip Morris Files. 2014 Reduced Risk Product Briefing.

Excerpts from a 2014 Philip Morris International document that outlines the company's strategy on reduced-risk products including iQOS. Reuters has redacted some names.

<https://www.documentcloud.org/public/search/projectid:%2033738-the-philip-morris-files>

Extraits d'une présentation interne et confidentielle de Philip Morris de 2014

PMI fiscal objective for P1 (P1 = code pour IQOS)

Support the commercial viability of PMI's RRP's, by creating the right fiscal framework

1. Avoid a competitive disadvantage (e.g. Ploom vs P1)
 - Aim to get competing and comparable products in the same tax category
2. Ensure long term profitability
 - Preference for specific structure, to support good pricing productivity
3. Ensure consumer affordability
 - Favorable tax level to reflect higher production costs and cost of device

Une taxation différente de la cigarette est impérative

→ Taxation other than cigarettes is a must

© 2014 Philip Morris Inc. All rights reserved. This document is confidential and for internal use only.

Source: Reuters. The Philip Morris Files. 2014 Reduced Risk Product Briefing.

Excerpts from a 2014 Philip Morris International document that outlines the company's strategy on reduced-risk products including iQOS. Reuters has redacted some names.

<https://www.documentcloud.org/public/search/projectid:%2033738-the-philip-morris-files>

Prise le contrôle du marché
des nouveaux produits

Prendre le contrôle du marché des nouveaux produits du tabac pour en faire un marché captif et récurrent



Non-refillable product

Strengths

- Low cost of device (trial)
- Simple to use / re-use
- Relatively more consistent performance
- Easy to carry and handle
- Fresh atomizer each time

Weaknesses

- Expensive refills
- Limited personal customization
- Look-alikes perceived as a "fake" cigarette
- Limited flavor / nicotine range
- Limited battery power / shorter charging cycle

Economic model

- "Razor – blade"
 - Device sold at no profit / loss (decreasing prices, intense promotional activity)
 - Refills as the source of profit
- Fast moving product
 - Suitable for General Trade
- Product differentiation
 - Future: "power of brands"

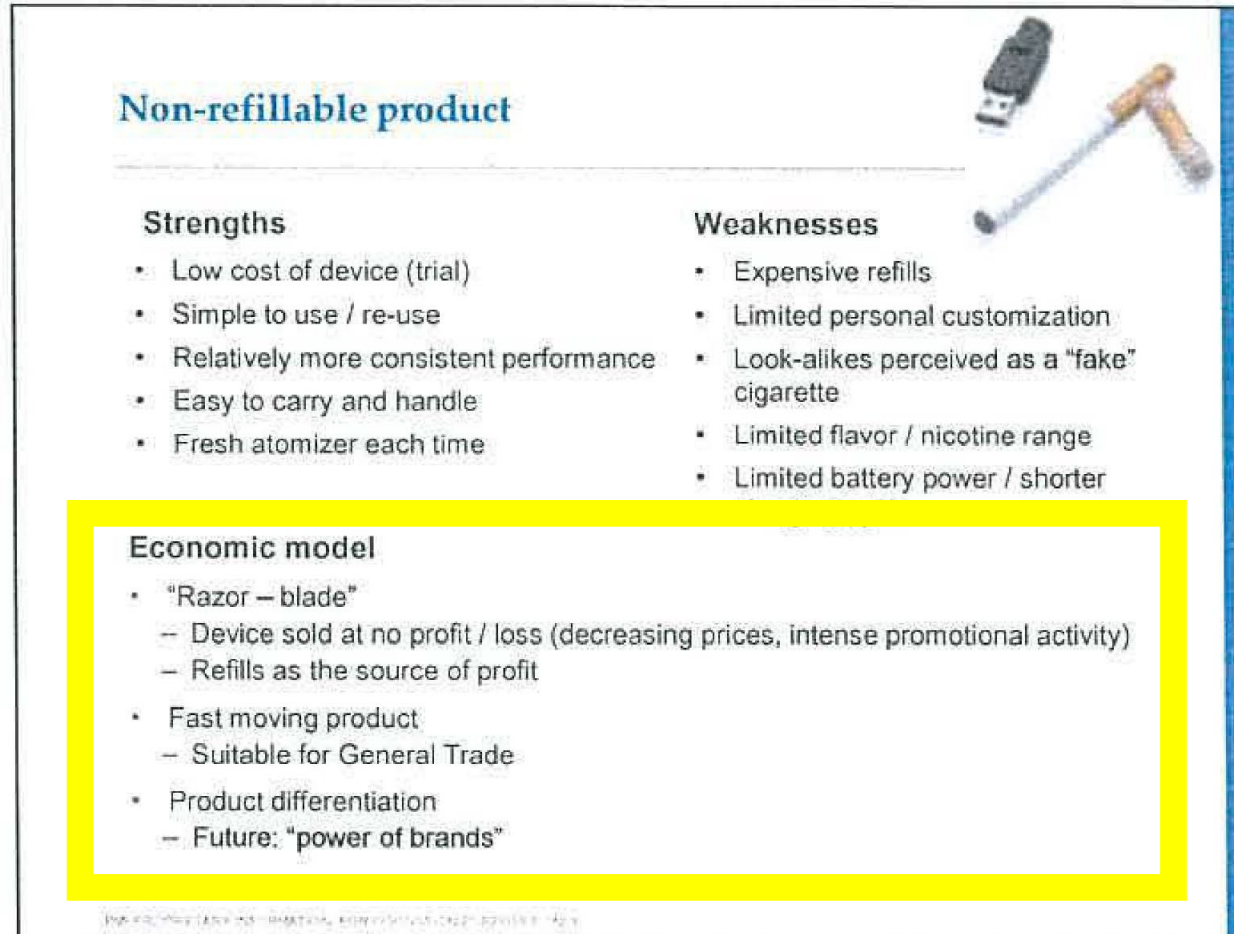
© Philip Morris Inc. 2014. All rights reserved. Philip Morris Inc. 14-000001

Source: Reuters. The Philip Morris Files. 2014 Reduced Risk Product Briefing.

Excerpts from a 2014 Philip Morris International document that outlines the company's strategy on reduced-risk products including IQOS. Reuters has redacted some names.

<https://www.documentcloud.org/public/search/projectid:%2033738-the-philip-morris-files>

Prendre le contrôle du marché des nouveaux produits du tabac pour en faire un marché captif et récurrent



Non-refillable product

Strengths

- Low cost of device (trial)
- Simple to use / re-use
- Relatively more consistent performance
- Easy to carry and handle
- Fresh atomizer each time

Weaknesses

- Expensive refills
- Limited personal customization
- Look-alikes perceived as a "fake" cigarette
- Limited flavor / nicotine range
- Limited battery power / shorter

Economic model

- "Razor – blade"
 - Device sold at no profit / loss (decreasing prices, intense promotional activity)
 - Refills as the source of profit
- Fast moving product
 - Suitable for General Trade
- Product differentiation
 - Future: "power of brands"

© Philip Morris Inc. 2014. All rights reserved. Philip Morris Inc. is a registered trademark of Philip Morris Inc. in the United States and other countries.

Source: Reuters. The Philip Morris Files. 2014 Reduced Risk Product Briefing.

Excerpts from a 2014 Philip Morris International document that outlines the company's strategy on reduced-risk products including iQOS. Reuters has redacted some names.

<https://www.documentcloud.org/public/search/projectid:%2033738-the-philip-morris-files>

Prendre le contrôle du marché des nouveaux produits du tabac pour en faire un marché captif et récurrent

Non-refillable product

Strengths

- Low cost of device (trial)
- Simple to use / re-use
- Relatively more consistent performance
- Easy to carry and handle
- Fresh atomizer each time

Weaknesses

- Expensive refills
- Limited personal customization
- Look-alikes perceived as a "fake" cigarette
- Limited flavor / nicotine range
- Limited battery power / shorter

Economic model

- "Razor – blade"
 - Device sold at no profit / loss (decreasing prices, intense promotional activity)
 - Refills as the source of profit
- Fast moving product
 - Suitable for General Trade
- Product differentiation
 - Future: "power of brands"

Modèle lame de rasoir Gillette
(captivité)

Source: Reuters. The Philip Morris Files. 2014 Reduced Risk Product Briefing.

Excerpts from a 2014 Philip Morris International document that outlines the company's strategy on reduced-risk products including IQOS. Reuters has redacted some names.

<https://www.documentcloud.org/public/search/projectid:%2033738-the-philip-morris-files>

Prendre le contrôle du marché des nouveaux produits du tabac pour en faire un marché captif et récurrent

Non-refillable product

Strengths

- Low cost of device (trial)
- Simple to use / re-use
- Relatively more consistent performance
- Easy to carry and handle
- Fresh atomizer each time

Weaknesses

- Expensive refills
- Limited personal customization
- Look-alikes perceived as a "fake" cigarette
- Limited flavor / nicotine range
- Limited battery power / shorter

Economic model

- "Razor – blade"
 - Device sold at no profit / loss (decreasing prices, intense promotional activity)
 - Refills as the source of profit
- Fast moving product
 - Suitable for General Trade
- Product differentiation
 - Future: "power of brands"

Modèle lame de rasoir Gillette (captivité)

Produit de consommation à rotation rapide (récurrence)

Source: Reuters. The Philip Morris Files. 2014 Reduced Risk Product Briefing.

Excerpts from a 2014 Philip Morris International document that outlines the company's strategy on reduced-risk products including IQOS. Reuters has redacted some names.

<https://www.documentcloud.org/public/search/projectid:%2033738-the-philip-morris-files>

Prendre le contrôle du marché des nouveaux produits du tabac pour en faire un marché captif et récurrent

Non-refillable product

Strengths

- Low cost of device (trial)
- Simple to use / re-use
- Relatively more consistent performance
- Easy to carry and handle
- Fresh atomizer each time

Weaknesses

- Expensive refills
- Limited personal customization
- Look-alikes perceived as a "fake" cigarette
- Limited flavor / nicotine range
- Limited battery power / shorter

Economic model

- "Razor – blade"
 - Device sold at no profit / loss (decreasing prices, intense promotional activity)
 - Refills as the source of profit
- Fast moving product
 - Suitable for General Trade
- Product differentiation
 - Future: "power of brands"

Modèle lame de rasoir Gillette (captivité)

Produit de consommation à rotation rapide (récurrence)

Produit où la puissance de marketing de Philip Morris peut s'exprimer pour l'imposer (le « pouvoir des marques »)

Source: Reuters. The Philip Morris Files. 2014 Reduced Risk Product Briefing.

Excerpts from a 2014 Philip Morris International document that outlines the company's strategy on reduced-risk products including IQOS. Reuters has redacted some names.

<https://www.documentcloud.org/public/search/projectid:%2033738-the-philip-morris-files>

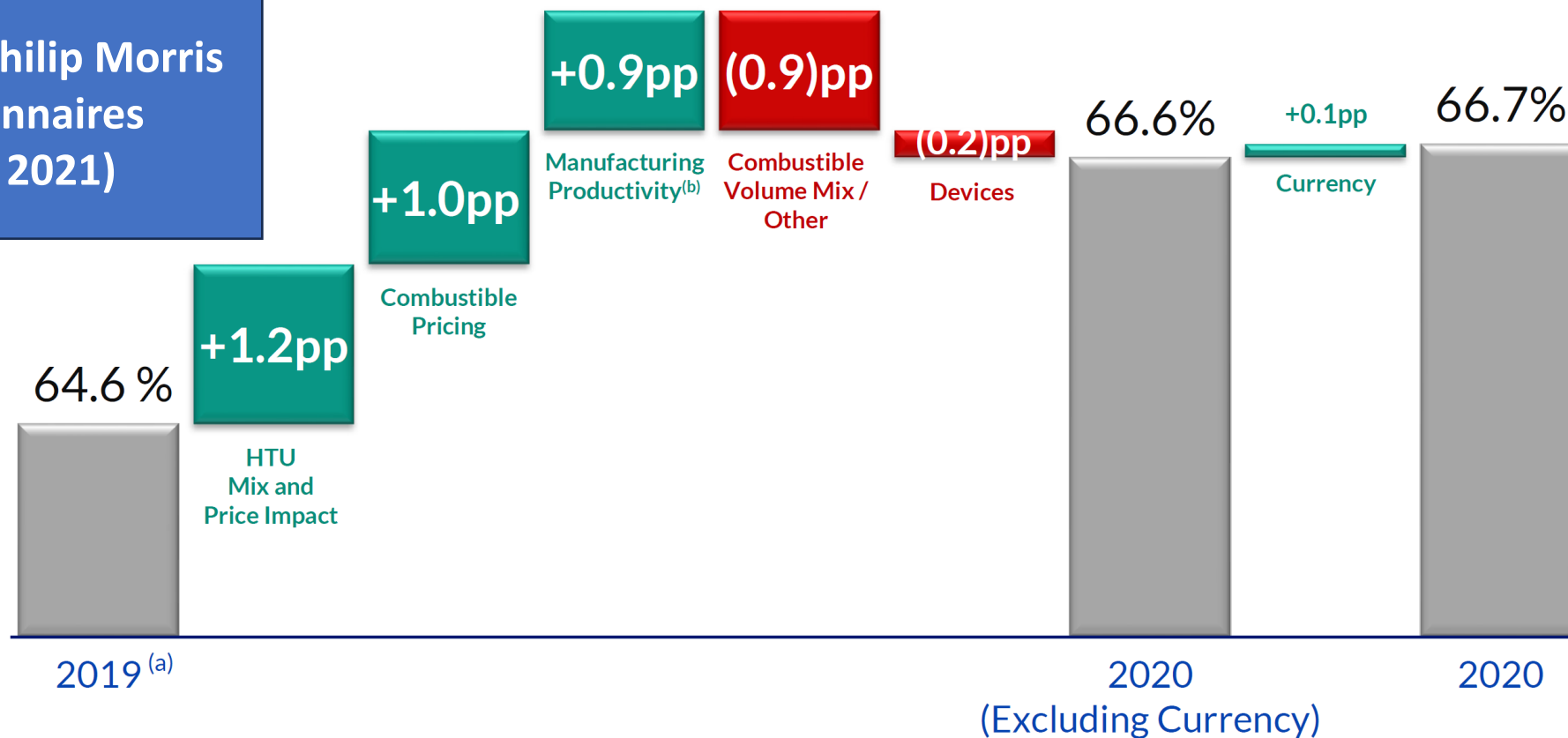
Et les résultats sont là...

Exemple: Philip Morris



2020: Multiple Levers Driving Higher Gross Margin

Rapport de Philip Morris
aux actionnaires
(février 2021)



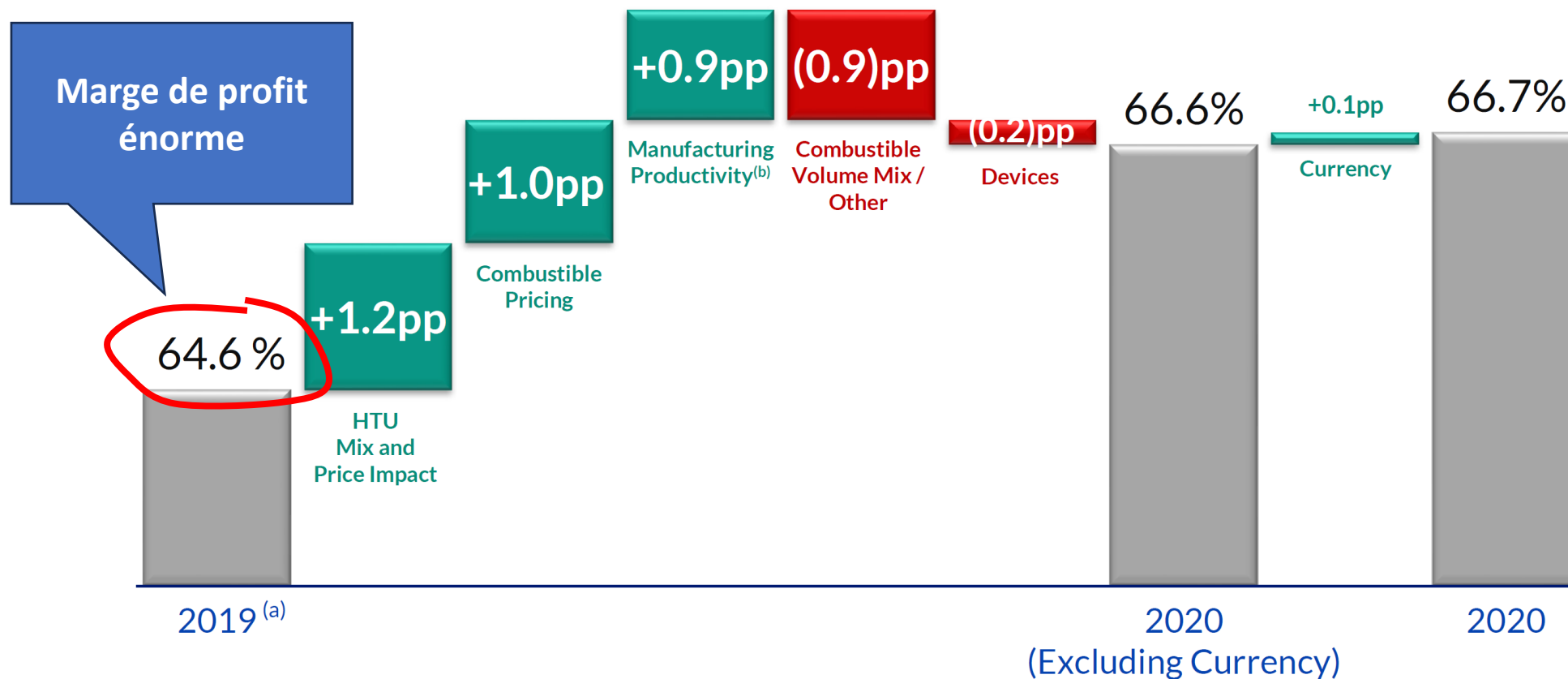
(a) Pro forma: excluding Gross Profit Margin impact attributable to RBH (+0.1pp) from January 1, 2019 to March 21, 2019

(b) Includes productivity savings in manufacturing, procurement and supply chain operations

Source: PMI Financials or estimates



2020: Multiple Levers Driving Higher Gross Margin



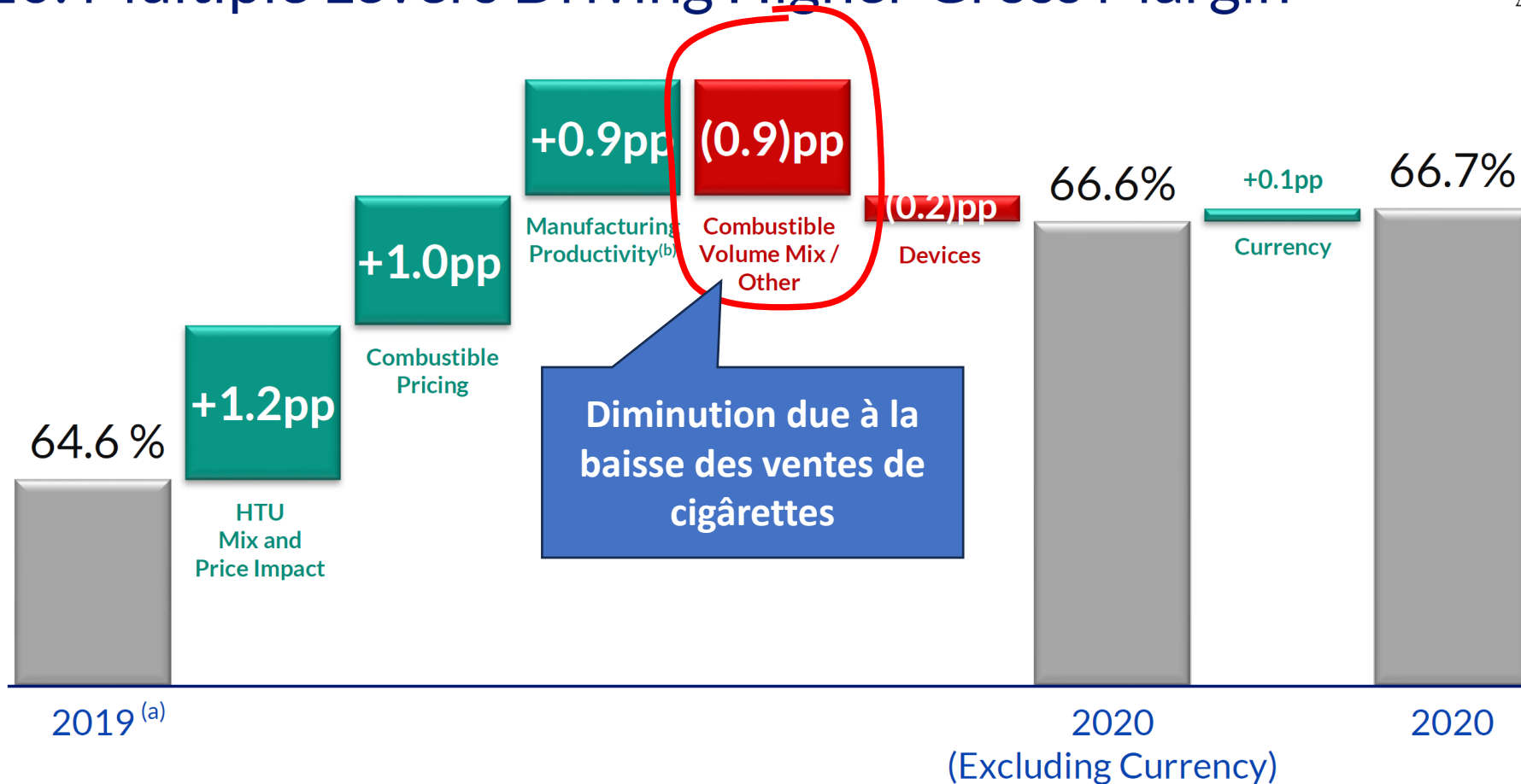
(a) Pro forma: excluding Gross Profit Margin impact attributable to RBH (+0.1pp) from January 1, 2019 to March 21, 2019

(b) Includes productivity savings in manufacturing, procurement and supply chain operations

Source: PMI Financials or estimates



2020: Multiple Levers Driving Higher Gross Margin

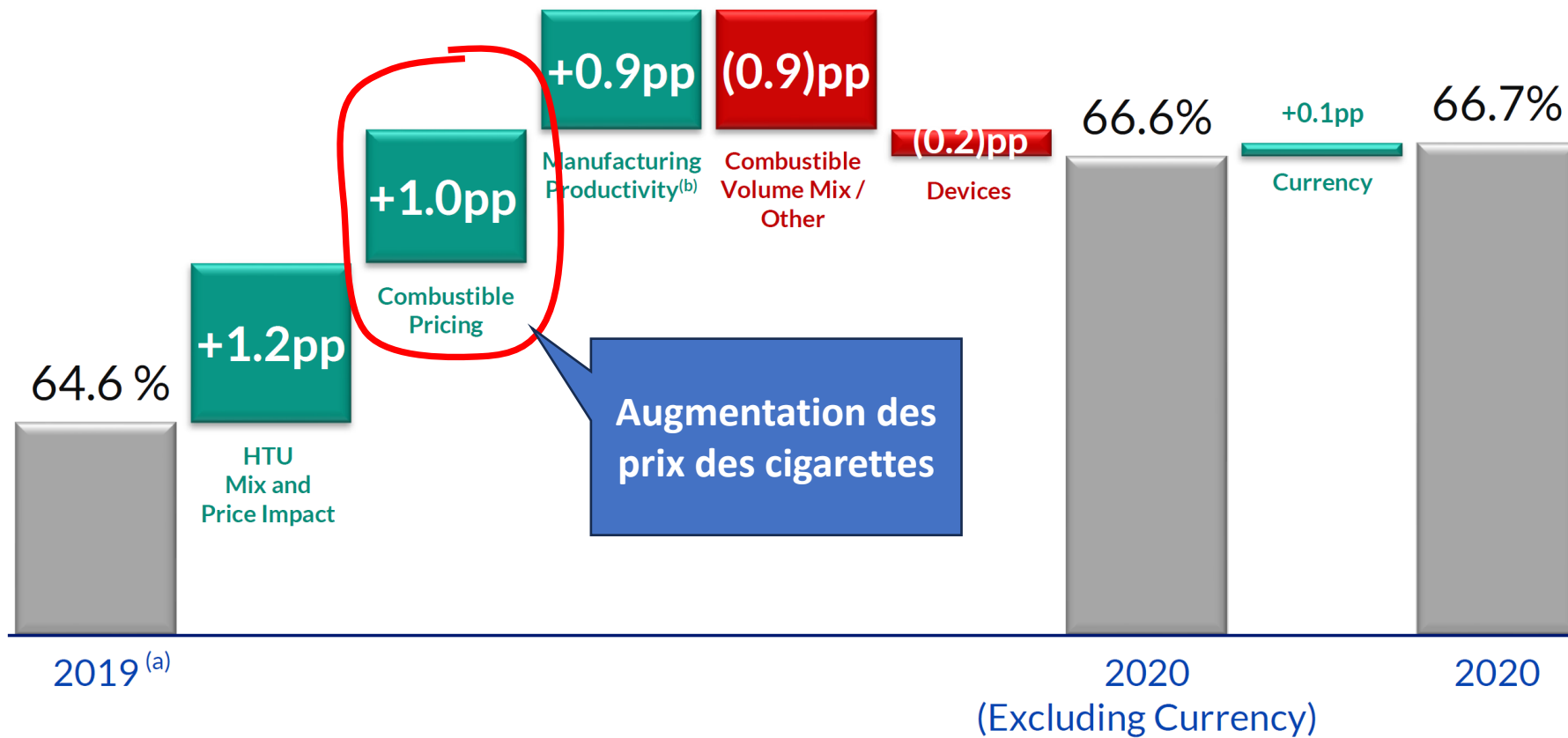


Diminution due à la baisse des ventes de cigarettes

(a) Pro forma: excluding Gross Profit Margin impact attributable to RBH (+0.1pp) from January 1, 2019 to March 21, 2019
(b) Includes productivity savings in manufacturing, procurement and supply chain operations
Source: PMI Financials or estimates



2020: Multiple Levers Driving Higher Gross Margin



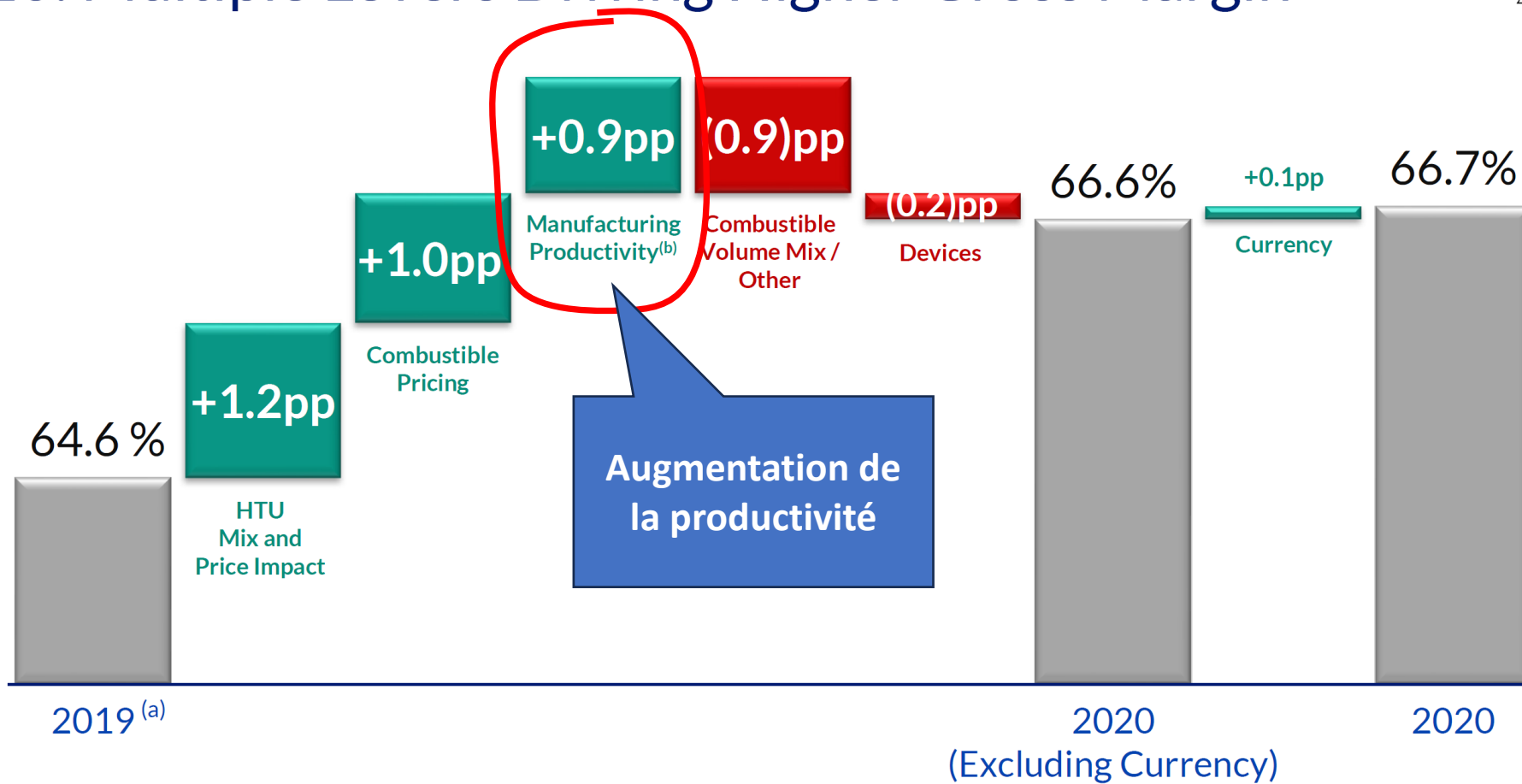
(a) Pro forma: excluding Gross Profit Margin impact attributable to RBH (+0.1pp) from January 1, 2019 to March 21, 2019

(b) Includes productivity savings in manufacturing, procurement and supply chain operations

Source: PMI Financials or estimates



2020: Multiple Levers Driving Higher Gross Margin



Augmentation de la productivité

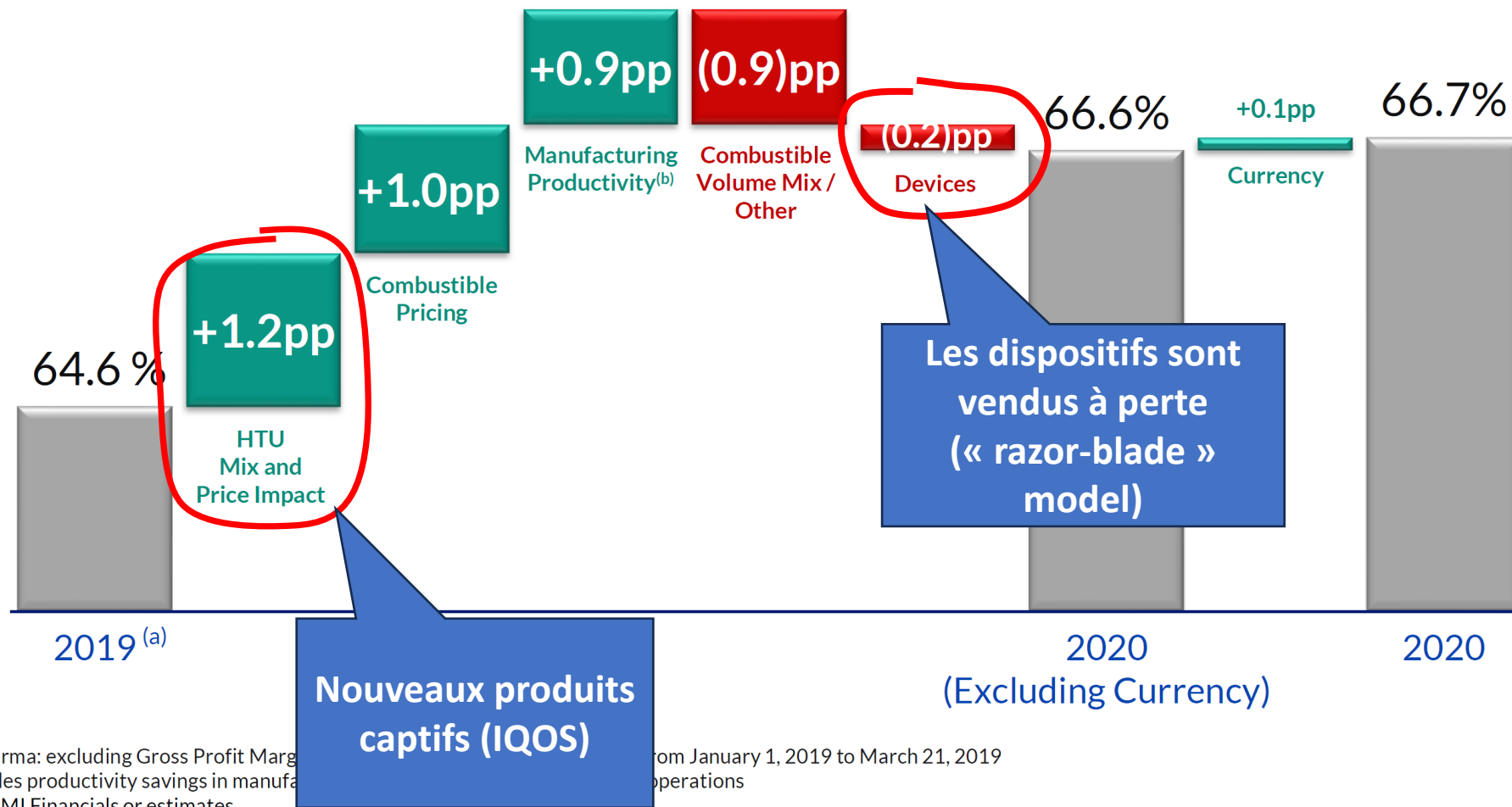
(a) Pro forma: excluding Gross Profit Margin impact attributable to RBH (+0.1pp) from January 1, 2019 to March 21, 2019

(b) Includes productivity savings in manufacturing, procurement and supply chain operations

Source: PMI Financials or estimates



2020: Multiple Levers Driving Higher Gross Margin



La réduction des risques
comme argument de marketing

Réduction des risques: la cigarette électronique a ouvert une voie que Philip Morris utilise pour promouvoir IQOS

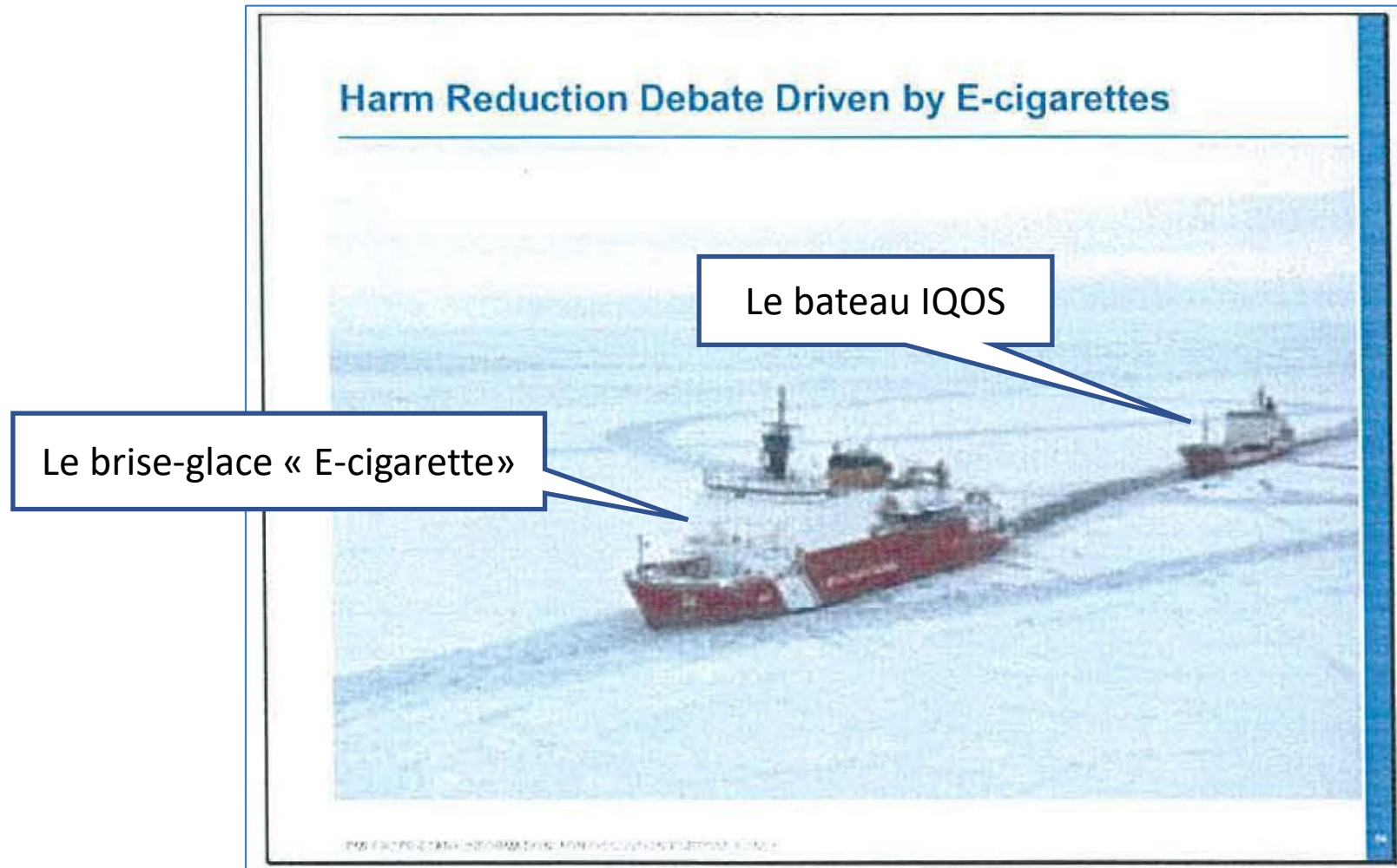


Source: Reuters. The Philip Morris Files. 2014 Reduced Risk Product Briefing.

Excerpts from a 2014 Philip Morris International document that outlines the company's strategy on reduced-risk products including iQOS. Reuters has redacted some names.

<https://www.documentcloud.org/public/search/projectid:%2033738-the-philip-morris-files>

Réduction des risques: la cigarette électronique a ouvert une voie que Philip Morris utilise pour promouvoir IQOS



Source: Reuters. The Philip Morris Files. 2014 Reduced Risk Product Briefing.

Excerpts from a 2014 Philip Morris International document that outlines the company's strategy on reduced-risk products including iQOS. Reuters has redacted some names.

<https://www.documentcloud.org/public/search/projectid:%2033738-the-philip-morris-files>

La «réduction des risques»
version industrie du tabac

Réduction des risques

Version santé publique et version industrie du tabac

Critère	La RR dans le domaine du tabac, approche santé publique	La RR sous l'emprise des lois du marché (industrie du tabac)
Motivation	Aider les fumeurs à diminuer les risques associés à leur addiction à la nicotine. Réduction de la morbidité (maladies) et de la mortalité.	Profits financiers en cherchant à atteindre le plus grand nombre de consommateurs et la taxation la plus avantageuse. Ralentir les efforts de la lutte antitabac en se présentant comme acteurs de la prévention, tout en cherchant à diviser.
Population cible	Fumeurs qui ne veulent ou ne peuvent arrêter de fumer.	Fumeurs à la recherche d'une alternative (et que l'IT souhaite maintenir dépendants à la nicotine). Recrutement de nouveaux consommateurs (jeunes) et création d'un marché large.
Produit	Le plus efficace et le moins nocif (au niveau individuel et populationnel).	Produit le plus profitable (p. ex. IQOS pour Philip Morris International).
But ultime	Aider à l'arrêt définitif et à la libération de la dépendance au tabac et à la nicotine	Maintenir les consommateurs dans la dépendance aux produits du tabac et de la nicotine pour assurer la pérennité du marché
Place dans la lutte contre le tabagisme	La lutte antitabac comprend « toute une série de stratégies de réduction de l'offre, de la demande et des effets nocifs » (CCLAT).	La lutte contre le tabagisme se réduit à la réduction des effets nocifs. L'IT s'oppose aux mesures de réglementation, de prévention et d'aide à l'arrêt.
Protection contre l'ingérence de l'industrie du tabac	L'élaboration des politiques doit être protégée de l'industrie du tabac (CCLAT, article 5.3).	La RdR permet d'influencer les décideurs politiques, scientifiques et acteurs de santé publique, en se présentant comme partenaires.

...et tout cela en restant le leader du marché de la cigarette combustible

Remaining Competitive and Maintaining Leadership in Combustibles: Key Pillar of Smoke-Free Strategy

- Leading combustible portfolio
- Infrastructure and expertise (manufacturing, regulatory, commercial)
- Responsible stewardship: market leader driving the obsolescence of the category
- Target at least stable combustible share net of cannibalization
- Selectively investing to continue leadership
- Driving returns from pricing, digital efficiency and productivity

...et tout cela en restant le leader du marché de la cigarette combustible

Remaining Competitive and Maintaining Leadership in Combustibles: Key Pillar of Smoke-Free Strategy

- Leading combustible portfolio
- Infrastructure and expertise (manufacturing, regulatory, commercial)
- Responsible stewardship: market leader driving the obsolescence of the category
- Target at least stable combustible share net of cannibalization
- Selectively investing to continue leadership
- Driving returns from pricing, digital efficiency and productivity

« Le pilier central de notre stratégie sans fumée est de rester compétitif et conserver notre leadership dans les produits combustibles »

L'approche «réduction des risques»
de l'industrie du tabac, en bref...

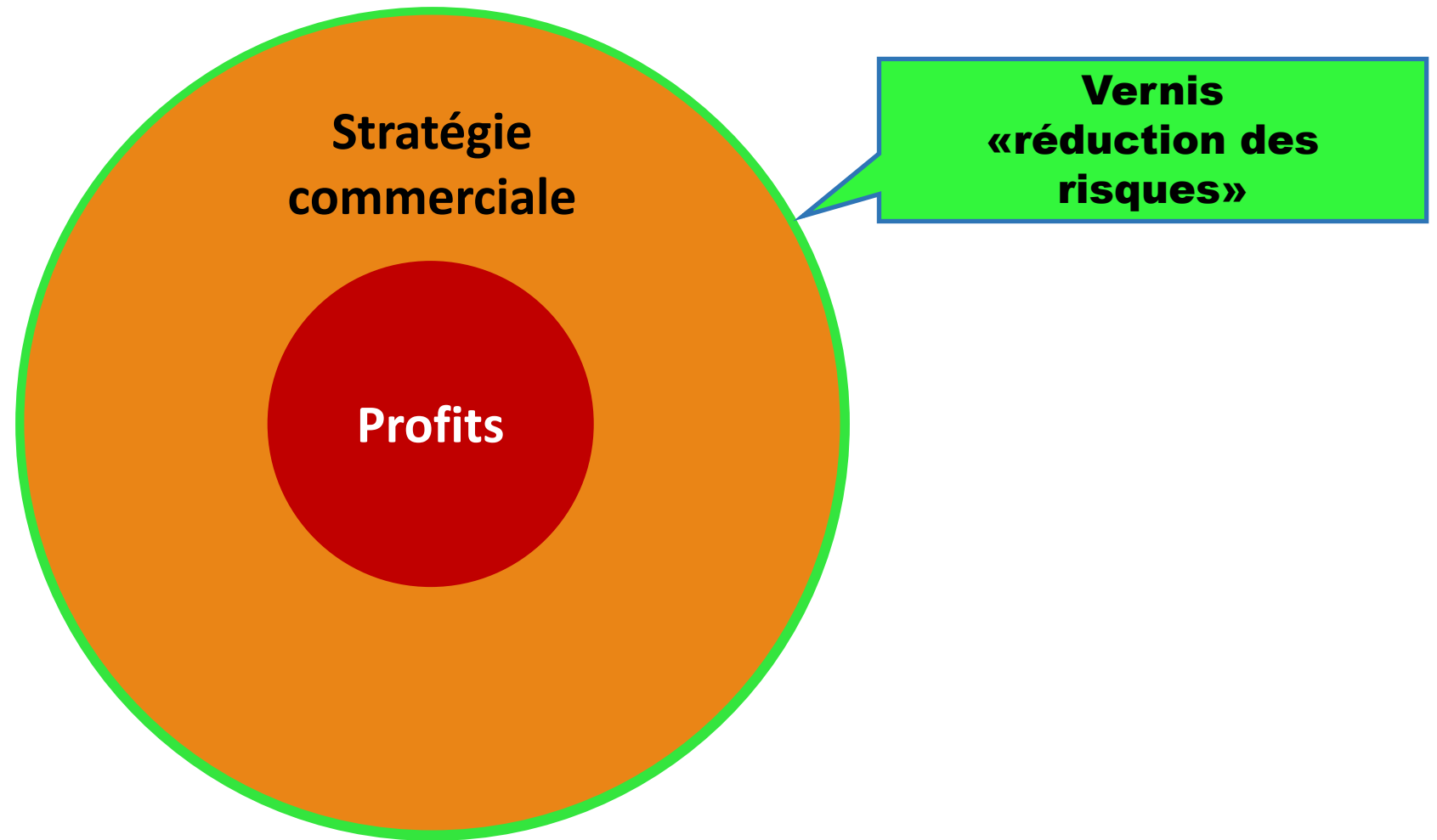
L'approche «réduction des risques» de l'industrie du tabac en bref...



L'approche «réduction des risques» de l'industrie du tabac en bref...

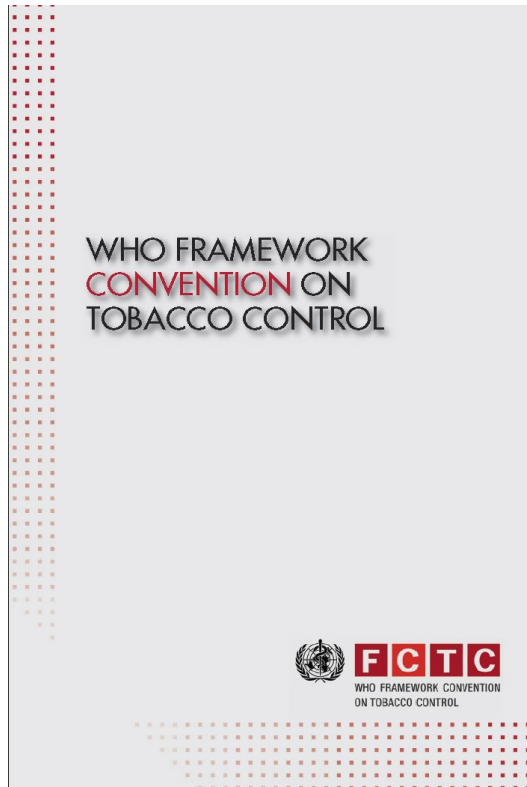


L'approche «réduction des risques» de l'industrie du tabac en bref...





Instruments pour la réglementation



Carte des ratifications de la CCLAT

Karte zur Ratifizierung des FCTC

Green: Parties - **Yellow:** Non-Parties

Instruments pour la réglementation



World Health
Organization

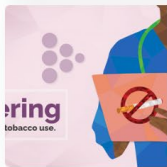
MPOWER



M - Monitoring tobacco use



P - Protecting people from tobacco smoke



O - Quitting tobacco



W - Warning about the dangers of tobacco



E - Enforcing strict tobacco advertising bans



R - Raising taxes on tobacco

Instruments pour la réglementation



MPOWER



MPOWER

Cantons

Figure 1: Tobacco industry interference overall country ranking

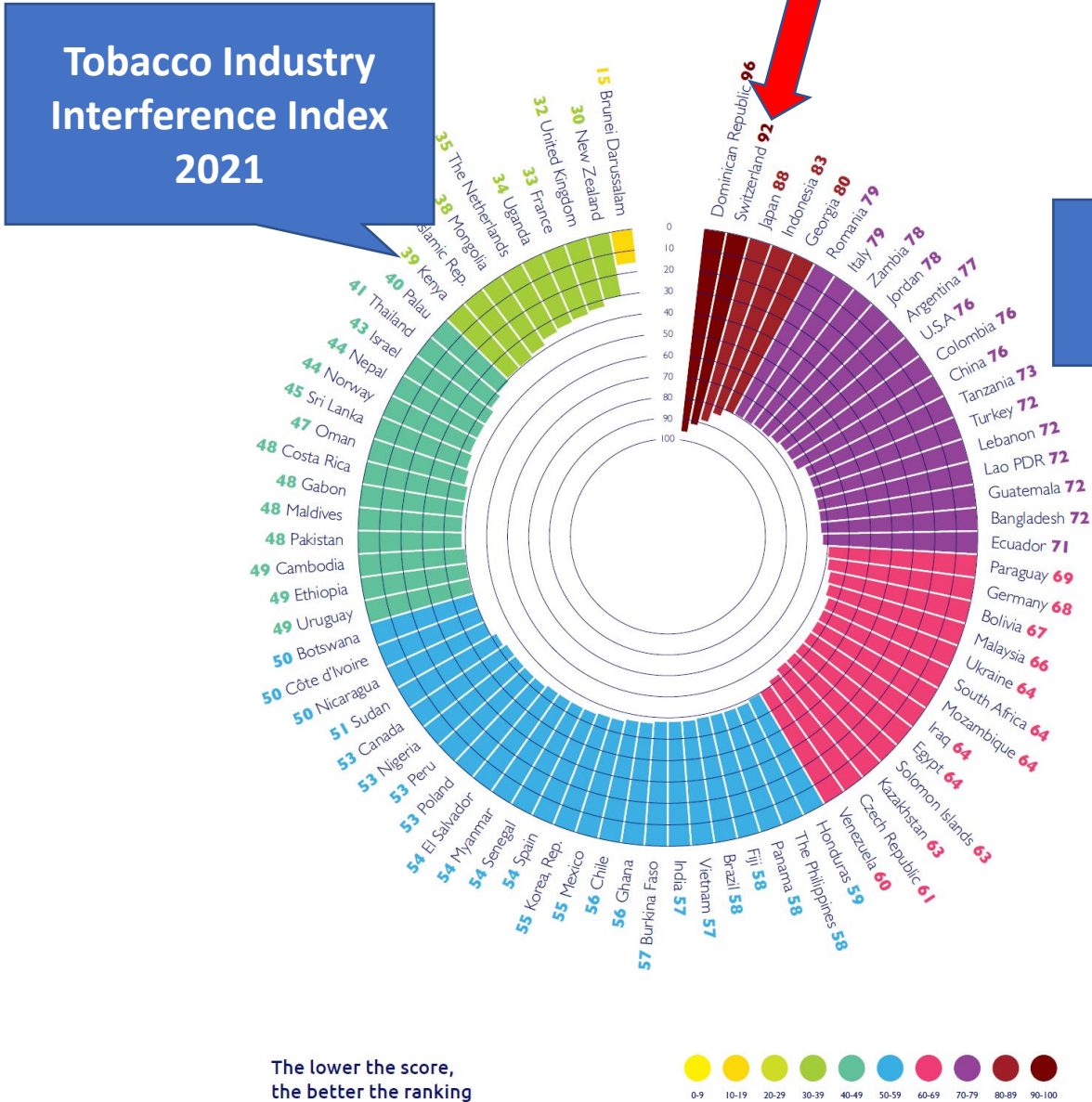


Table 4. 37 European countries ranked by their total TCS score in 2021

RANKING 2021 (2019)	COUNTRY	Price (30)	Smoke free places bans (22)	Budget (10)	Ad bans (13)	Health warning (10)	Treatment (10)	Illicit trade (3)	Art 5.3 (2)	Total (100)
1 (3)	▲ Ireland	27	22	1	13	9	8	1	1	82
1 (1)	– UK	27	22	-	12	9	9	2	1	82
3 (2)	▼ France	21	18	3	11	9	6	2	1	71
4 (14)	▲ Netherlands	15	21	3	10	9	6	2	1	67
5 (8)	▲ Hungary	16	21	0	11	9	6	2	-	65
	▼ Norway	20	17	1	13	8	3	1	0	63
	▼ Finland	17	18	2	13	5	6	1	0	62
	▼ Iceland	15	17	8	13	4	4	0	0	61
	▲ Romania	18	21	0	8	5	8	1	0	61
	– Belgium	14	16	1	10	9	7	2	0	59
	▼ Spain	12	21	1	9	5	8	2	0	58
	▲ Turkey	15	16	0	8	10	7	2	0	58
13 (29)	▲ Denmark	13	11	-	13	9	8	1	1	56
14 (7)	▼ Israel	16	15	0	10	6	8	0	0	55
14 (13)	▼ Greece	13	22	-	7	5	6	2	0	55
14 (17)	▲ Malta	16	16	0	11	5	5	2	-	55
17 (8)	▼ Slovenia	9	16	-	13	9	6	1	0	54
18 (15)	▼ Italy	13	18	0	9	5	6	1	0	52
18 (29)	▲ Russian Fed.	9	19	0	13	4	6	1	-	52
18 (29)	▲ Lithuania	14	15	1	10	5	5	2	0	52
21 (23)	▲ Czechia	13	15	0	8	5	6	2	0	49
21 (23)	▲ Estonia	13	15	-	11	5	3	2	0	49
21 (23)	▲ Poland	14	11	0	11	5	7	1	0	49
21 (15)	▼ Sweden	11	15	0	9	5	7	2	0	49
21 (17)	▼ Croatia	14	11	0	12	5	5	2	-	49
26 (23)	▼ Latvia	12	13	-	11	5	5	2	0	48
26 (20)	▼ Austria	11	18	0	7	5	5	2	0	48
28 (27)	▼ Cyprus	12	12	0	11	5	5	2	-	47
28 (34)	▲ Lux.	9	16	0	9	5	6	2	0	47
30 (20)	▼ Portugal	14	11	-	10	5	4	2	0	46
30 (32)	▲ Slovakia	11	13	-	9	5	6	2	0	46
30 (20)	▼ Ukraine	12	15	-	11	4	4	0	0	46
33 (27)	▼ Bulgaria	13	11	-	9	5	5	1	0	44
34 (36)	▲ Germany	14	11	0	6	5	5	2	0	43
35 (33)	▼ Serbia	13	11	0	9	1	3	1	0	38
36 (35)	▼ Switzerl. (-1)	12	11	1	2	5	5	0	0	35
37 (new)	Bosnia & Herzegovina	14	4	0	5	0	2	0	0	25

* "-" means no information is available, "0" means insufficient to obtain one point.

-1: Switzerland is the only country in this survey which has not ratified the WHO FCTC: minus one point.

La solution pour la santé publique:



La solution pour la santé publique:



Merci!

Pascal Diethelm

Président d'OxySuisse
diethelm@oxysuisse.ch