

Recommandé avec AR

Tribunal administratif fédéral
Case postale
9023 Saint-Gall

Genève, le 22 mars 2017

Recours

Pascal Diethelm, président, pour OxyRomandie
2, rue de la Fontaine
1204 Genève

contre

Décision de l'Administration fédérale des douanes du 27 février 2017 relative à la demande d'accès à des documents officiels en possession de la Section impôts sur le tabac et la bière, Direction générale des douanes, Administration fédérale des douanes (ci-après AFD), au sens de la loi fédérale du 17 décembre 2004 sur le principe de la transparence dans l'administration (loi sur la transparence ; LTrans ; RS 152.3) (Pièce n° 1)

Administration fédérale des douanes
Montbijoustrasse 40
3003 Berne

A. Présentation d'OxyRomandie

1. OxyRomandie, représentée par Pascal Diethelm, président, est une association sans but lucratif, créée le 13 septembre 2000, dont le siège est à Genève. Son but est décrit dans l'art. 2 des statuts de l'association (Pièce n° 2) :

OxyRomandie a pour but la prévention du tabagisme et la lutte antitabac, en s'inspirant des prescriptions, directives et recommandations de la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac (CCLAT). Ce but inclut en particulier 1) la protection de toutes les personnes contre l'exposition au tabagisme passif, en vertu de l'article 8 de la CCLAT et des directives de la CCLAT sur l'application de cet article 8 ; 2) la mise en œuvre des directives pour l'application de l'article 13 de la CCLAT (publicité en faveur du tabac, promotion et parrainage) ; et la mise en œuvre des directives pour l'application de l'article 5.3 de la CCLAT sur la protection des politiques de santé publique en matière de lutte antitabac face aux intérêts commerciaux et autres de l'industrie du tabac. OxyRomandie milite aussi pour que la Suisse ratifie le plus rapidement possible la CCLAT et, lorsque cette ratification sera

effective, agira pour que les prescriptions et les directives de la CCLAT soient strictement appliquées en Suisse.

2. OxyRomandie, représentée par son président, Pascal Diethelm, était la partie demanderesse dans la décision contestée. Ayant pris part à la procédure devant l'autorité inférieure, l'association a qualité pour recourir en vertu de l'art. 48 PA.

B. En fait

1. Le 28 octobre 2016, le président d'OxyRomandie, Pascal Diethelm, adressait un message électronique à l'AFD (contact : Céline Rouèche) (Pièce n° 3), avec la requête suivante : « En janvier 2014, l'industrie suisse de la cigarette a procédé à une augmentation des prix du paquet de tabac. Dans le cadre d'une étude sur les stratégies de 'pricing' de cette industrie, j'aimerais savoir s'il est possible d'obtenir des informations sur cette augmentation, qui a eu des répercussions sur les entrées fiscales. Serait-il possible d'avoir le détail de ces augmentations de prix par fabricant et par marque et sous-marque de cigarettes, avec la date d'entrée en vigueur de chacune de ces augmentations ? »
2. Le 7 novembre 2016, l'AFD, répondait au message précédent par un bref message électronique (Pièce n° 4) dans lequel elle indiquait ne pas pouvoir répondre à notre demande, expliquant : « Nous ne pouvons malheureusement pas vous donner de chiffres à ce sujet pour des questions de protection des données. »
3. Dès réception du précédent email, le président d'OxyRomandie envoyait un message électronique à l'AFD (Pièce n° 5), lui demandant « d'être plus explicite concernant cette notion de protection des données », ajoutant « Pourriez-vous en particulier nous préciser quelles restrictions prévues dans la loi vous appliquez à l'accès aux données par rapport à notre requête, et nous en donner les raisons ? »
4. Le 30 novembre 2016, l'AFD expliquait plus en détail dans un message électronique (Pièce n° 6) le motif du refus de la requête d'OxyRomandie, invoquant le secret d'affaires des entreprises concernées (exception selon l'art. 7 al. 1 let g LTrans), et précisant : « Les secrets d'affaires peuvent porter sur tous les faits qui concernent des connaissances principalement commerciales, p. ex. des possibilités d'écoulement de la marchandise, une politique de prix et de rabais, le calcul du prix, des informations sur la situation générale des affaires et sur les intentions commerciales d'une entreprise, le chiffre d'affaires, les comptes annuels, les comptes de résultat, les bilans, les listes de clients, les sources d'approvisionnement, une stratégie de marché, des documents concernant la solvabilité d'une entreprise, des projets de recherches prévus ou en cours, des informations qui pourraient influencer sur le cours des actions de l'entreprise si elles étaient connues. » Dans sa décision du 27 février 2017 (Pièce n° 1), l'AFD indique qu'elle aurait aussi précisé dans cette réponse du 30 novembre que « Les trois principaux fabricants et importateurs de tabac concernés, à savoir Philip Morris SA, British American Tobacco Switzerland SA et JT International AG, qui représentent environ le 99 % du marché suisse, n'avaient pas été consultés. » Peut-être était-il dans l'intention de l'AFD d'inclure cette précision dans sa réponse mais force est de constater qu'elle ne s'y trouve pas.
5. Dans le but de clarifier sa demande et éviter toute confusion, OxyRomandie adressait un message électronique à l'AFD le 7 décembre 2016 (Pièce n° 7), dans lequel elle précisait ne vouloir obtenir que les données concernant le prix de vente au détail des paquets de

cigarettes par marque et sous-marque et leur date d'entrée en vigueur, et aucune des informations indiquées dans le précédent message de l'AFD se rapportant aux intentions commerciales des entreprises concernées, telles que « la politique de prix et de rabais des cigarettiers, le calcul du prix, des informations sur la situation générale des affaires et sur les intentions commerciales d'une entreprise », qui avaient été donnés comme exemples par l'AFD dans sa réponse du 30 novembre 2016. Dans son message, OxyRomandie indiquait sa motivation de la façon suivante :

Bien que nous ayons indiqué désirer ces informations pour janvier 2014, nous sommes plus largement intéressés par l'évolution de ces prix au cours des récentes années. Les rapports KPMG indiquent que les prix des cigarettes ont augmenté en moyenne de 5% en 2014 et de 7,2% en 2015. Ces augmentations n'ont aucune justification hormis le fait d'augmenter les profits des compagnies de tabac, qui sont déjà énormes. Pour OxyRomandie, elles sont la manifestation d'un échec du marché, qui pénalise à la fois la santé publique, les finances de l'État et les fumeurs.

Nous ne vous demandons pas de nous indiquer la stratégie de fixation des prix de l'industrie du tabac en Suisse. Nous ne désirons obtenir que les données de base sur les prix des paquets de cigarettes, pour nous permettre de les étudier statistiquement afin de voir dans quelle mesure celles-ci sont indicatives de l'échec du marché que je viens de mentionner. Si un tel échec du marché devait être établi, il y aurait un intérêt public prépondérant à le dénoncer.

OxyRomandie rappelait que les informations sur les prix des produits du tabac sont publiquement disponibles en France et que cela ne semble pas poser de problème de violation du secret des affaires.

6. Dans un message électronique du 15 décembre 2016 (Pièce n° 8), l'AFD informait OxyRomandie de son refus d'accéder à sa demande, invoquant le fait que les chiffres demandés « relèvent du secret d'affaires selon la LTrans », après avoir précisé que « les données que vous aimeriez obtenir ne reflètent pas la réalité. En effet, les changements de prix des produits sont annoncés quelques jours ou semaines parfois avant leur fabrication. Par exemple, un changement de prix du produit XY nous est annoncé le 15 janvier, ce même produit est fabriqué le 10 février et la mise en magasin a lieu le 1^{er} mars. »
7. Le 4 janvier 2017, OxyRomandie adressait au Préposé fédéral à la protection des données et à la transparence (ci-après le Préposé) une lettre de demande en médiation, accompagnée d'une motivation détaillée et d'une copie de la correspondance entre OxyRomandie et l'AFD (Pièce n° 9).
8. La séance de médiation a eu lieu le 26 janvier 2017 dans les locaux du Préposé. Celle-ci n'a pas permis de trouver un accord entre les parties. OxyRomandie a maintenu sa demande d'obtenir les informations sur les prix de vente au détail des cigarettes au cours des années 2014 et 2015 en précisant que sa requête ne concernait que les cigarettes commercialisées par les trois multinationales opérant sur le marché suisse, à savoir British American Tobacco, JTI et Philip Morris International, qui sont regroupées dans l'association Swiss Cigarette.
9. Le 6 février 2017, le Préposé communiquait par lettre aux parties sa recommandation (ci-après la Recommandation) selon l'art. 14 de la loi sur la transparence concernant la procédure de médiation (Pièce n° 10). Dans ses considérants matériels, le Préposé arrivait à la conclusion intermédiaire suivante : « L'autorité [l'AFD] n'a pas suffisamment démontré l'existence de secrets d'affaires selon l'art. 7 al. 1 let. g LTrans permettant de

renverser la présomption légale d'accès figurant à l'art. 6 al. 1 LTrans. Le Préposé recommande toutefois à l'autorité de consulter les entreprises concernées par les secrets d'affaires. » Le Préposé a aussi constaté que les documents requis contenaient des données personnelles au sens de l'art. 3 let. a de la loi fédérale sur la protection des données, mais en a conclu qu'ils ne sont pas anonymisables au sens de l'art. 9 al. 1 LTrans pour pouvoir répondre à la requête d'OxyRomandie. Il a recommandé à l'AFD de « procéder à une pesée des intérêts entre l'intérêt public à la transparence et l'intérêt privé à la protection des données personnelles des entreprises concernées », ajoutant : « Dans la motivation accompagnant sa demande en médiation, la demanderesse a indiqué que la transparence sur les prix des cigarettes était d'autant plus importante dans un marché où le risque d'arrangement est énorme (...). Le Préposé estime que cette information est un indice parlant en faveur de l'intérêt public à la transparence s'opposant, le cas échéant, aux intérêts privés à la protection des données personnelles. » Le Préposé arrivait à la recommandation suivante : « En raison d'une motivation insuffisante pour l'application de l'art 7 al. 1 let. g LTrans par l'Administration fédérale des douanes lors de la procédure de médiation, l'accès aux documents ne peut être refusé sur la base de cette disposition. L'autorité consulte toutefois les entreprises concernées à propos des secrets d'affaires. Concernant les données personnelles contenues dans les documents, l'autorité examine si, et le cas échéant, dans quelle mesure les dispositions légales et la jurisprudence concernant la protection des données personnelles s'opposent à un accès aux documents. »

10. Le 15 février 2017, OxyRomandie adressait une lettre à l'AFD (Pièce n° 11) demandant à l'administration de rendre une décision selon l'art. 5 de la loi fédérale sur la procédure administrative, selon la recommandation du Préposé (point 24. de la Pièce n° 9). Dans cette lettre, OxyRomandie précisait sa demande à la lumière des informations obtenues lors de la séance de médiation et réitérait ses principaux arguments.
11. Le 1^{er} mars, OxyRomandie prenait connaissance d'une lettre que lui adressait l'AFD, datée du 27 février 2017 (Pièce n° 1), par laquelle l'administration lui communiquait sa décision de rejet de la demande d'accès (ci-après la Décision), invoquant les alinéas 1 et 2 de l'art. 7 LTrans et l'art. 9 LTrans.

C. Les motivations d'OxyRomandie

1. Selon l'arrêt TAF A-3649/2014 consid. 8.2.1, dans les cas spécifiés à l'art. 7 al. 1 LTrans, les intérêts privés ou publics, qui peuvent justifier le maintien du secret, doivent revêtir un caractère prépondérant par rapport à l'intérêt (public) à l'accès auxdits documents, respectivement à la transparence. De même, l'art. 7 al. 2 ne protège pas la sphère privée de tiers lorsqu'un intérêt public à la transparence est exceptionnellement jugé prépondérant. Quant à l'art. 9, il renvoie à l'art. 19 LPD selon lequel les organes fédéraux peuvent communiquer des données personnelles dans le cadre de l'information officielle du public en vertu de la loi du 17 décembre 2004 sur la transparence lorsque la communication répond à un intérêt public prépondérant. Pour permettre la pesée des intérêts en cause, OxyRomandie tient à expliquer de façon précise et détaillée ce qui motive sa demande, en une seule fois dans cette section.
2. Le marché de la cigarette en Suisse est dominé par trois compagnies, filiales de sociétés multinationales, qui, selon l'AFD (cf. Décision, p. 2, point 4), détiennent 99% du marché. C'est un oligopole de fait, qui exerce collectivement une position dominante sur le marché. Toujours selon l'AFD, en 2016, ces compagnies ont vendu en Suisse un peu plus

de 9,6 milliards de cigarettes¹, pour un chiffre d'affaires (taxes comprises) approchant les 4 milliards de CHF, alors que l'impôt sur le tabac (hors TVA) a rapporté 2,131 milliards de CHF².

3. La consommation de tabac a des effets sanitaires dévastateurs en Suisse (comme dans le reste du monde) : le tabagisme est le premier facteur de risque des maladies non transmissibles (cancer, maladies cardio-vasculaires, diabète, maladies pulmonaires chroniques). C'est la cause du plus grand nombre de décès évitables : selon l'Office fédéral de la statistique, 9'500 personnes sont décédées en Suisse en 2012 de maladies causées par le tabac³. Près d'un décès sur six est imputable au tabac. Une large étude récente montre qu'environ deux tiers des décès de fumeurs sont attribuables à leur tabagisme⁴.
4. Le tabagisme n'est pas seulement responsable d'une mortalité élevée : il est aussi la cause d'une morbidité importante en Suisse. OxyRomandie estime qu'au minimum 300'000 personnes souffrent de maladie grave due au tabagisme dans ce pays. Selon la Ligue pulmonaire, 400'000 personnes souffrent en Suisse de bronchopneumopathie chronique obstructive (BPCO)⁵. Près de 90% de toutes les personnes atteintes de BPCO fument ou ont fumé⁶. Cette morbidité élevée engendre des coûts sanitaires très importants, les traitements nécessaires pour la prise en charge des maladies liées au tabagisme étant souvent lourds et s'étendant sur de longues durées.
5. L'indicateur de santé publique DALY (*Disability Adjusted Life Years*) combine une mesure des années de vies perdues prématurément (avant 70 ans) et les années vécues avec un handicap physique ou psychique. Selon cet indicateur, les fumeurs suisses perdent en moyenne 11,2 années de vie potentiellement normales et sans handicap. Cela fait du tabagisme le premier facteur de risque de maladie et de mort prématurée en Suisse, ainsi que le montre le tableau suivant, issu du rapport *Défi addictions* publié par le Groupe de pilotage des commissions fédérales pour les problèmes liés à l'alcool, les questions liées aux drogues et la prévention du tabagisme⁷.

¹ <https://www.ezv.admin.ch/ezv/fr/home/infos-pour-entreprises/impots-et-redevances/importation-en-suisse/impot-sur-le-tabac/tabac---graphiques.html>, graphique « Evolution des prix et de l'impôt sur le tabac en Suisse 2016 »

² <https://www.news.admin.ch/newsd/message/attachments/47343.pdf>

³ <https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/sante/determinants/tabac.assetdetail.350102.html>

⁴ Banks et al. Tobacco smoking and all-cause mortality in a large Australian cohort study: findings from a mature epidemic with current low smoking prevalence. *BMC Medicine* (2015) 13:38 DOI 10.1186/s12916-015-0281-z <http://bmcmmedicine.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12916-015-0281-z>

⁵ <http://www.liguepulmonaire.ch/fr/maladies-et-consequences/bpco.html>

⁶ <http://www.liguepulmonaire.ch/fr/maladies-et-consequences/bpco/causes.html>

⁷ Défi addictions. Fondements d'une approche durable de la politique des addictions en Suisse. Groupe de pilotage des commissions fédérales pour les problèmes liés à l'alcool, les questions liées aux drogues et la prévention du tabagisme. Berne, 2010.

<http://www.premiereligne.ch/wp-content/uploads/2013/11/d%C3%A9fi-addiction.pdf>

Les dix maladies et facteurs de risque principaux en Suisse

Facteur de risque	% de toutes les DALY*
Tabagisme	11,2
Hypertension artérielle	7,3
Consommation d'alcool	7,2
Indice de masse corporelle élevé	6,0
Taux de cholestérol élevé	5,1
Consommation de drogues	2,7
Inactivité physique	2,4
Faible consommation de fruits et de légumes	1,6
Rapports sexuels non protégés	0,7
Abus sexuels pendant l'enfance	0,6


* DALY = Disability Adjusted Life Years = calculées par sommation des années de vie perdues prématurément (c'est-à-dire avant l'âge de 70 ans) et des années vécues avec un handicap physique ou psychique.¹⁵

6. Le coût social du tabagisme en Suisse est aussi très élevé et dépasse de loin les recettes fiscales produites par le tabac. Sous la direction du professeur Claude Jeanrenaud, l'Université de Neuchâtel a estimé ce coût comme dépassant 10 milliards de CHF, soit 2,7% du PIB⁸. Il est à noter que ces estimations sont anciennes et que leur actualisation aboutirait à des chiffres sensiblement plus élevés, du fait du doublement de la mortalité attribuable au tabac (depuis 1998) et du renchérissement des soins de santé. Le tableau suivant, extrait d'une présentation de l'Institut de recherches économiques et régionales de l'UniNE⁹, compare le coût social imposé par le tabac, l'alcool et les drogues illicites :

Comparaison du fardeau social imposé par le tabac, l'alcool et les drogues illicites

Coûts, en milliards de francs, 2000*			
	Drogues illégales	Alcool	Tabac
Coûts directs	1,4	1,5	1,5
Coûts indirects	2,3	1,5	4,0
Coûts humains	0,4	4,4	5,2
Coût social	4,1	6,7	10,7
Coût en % du PIB	1,0	1,7	2,7

* Estimation 2000 pour les coûts de l'alcool et du tabac.

Source : 

7. Dans un tel contexte, il est clair que la lutte contre le tabagisme (l'objectif statutaire d'OxyRomandie) répond à un intérêt public prépondérant par rapport aux intérêts

⁸ <http://www.unine.ch/files/live/sites/irene/files/shared/documents/TEXTES/TABAC-rapport.pdf>

⁹ <http://slideplayer.fr/slide/1715364/>

particuliers des compagnies de tabac. Les intérêts de ces dernières sont d'ailleurs inconciliables avec ceux de la santé publique. Lors de l'Assemblée Générale de l'ONU en septembre 2011 à New York, les États Membres de l'organisation mondiale (Suisse comprise) ont adopté une déclaration reconnaissant « qu'il existe un conflit d'intérêts fondamental entre l'industrie du tabac et la santé publique. »¹⁰

8. La Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac (CCLAT)¹¹, premier traité international de santé publique, ratifié à ce jour par 179 pays et par l'Union Européenne, et les directives pour son application, donnent aux pays la base sur laquelle mettre en œuvre et gérer la lutte antitabac. Pour contribuer à concrétiser cela, l'OMS a introduit les mesures MPOWER pour aider la mise en application de la CCLAT au niveau des pays afin de réduire la demande de tabac¹². Ces mesures se déclinent comme suit :
 - Surveiller la consommation de tabac et politiques de prévention (M = *Monitor*)
 - Protéger la population contre la fumée du tabac (P = *Protect*)
 - Offrir une aide à ceux qui veulent renoncer au tabac (O = *Offer*)
 - Mettre en garde contre les dangers du tabac (W = *Warn*)
 - Faire respecter l'interdiction de la publicité en faveur du tabac (E = *Enforce*)
 - Augmenter les taxes sur les produits du tabac (R = *Raise*)
9. La CCLAT engage les Parties à mettre en œuvre l'ensemble de ces mesures de façon coordonnée. Parmi celles-ci, selon l'OMS, « le moyen le plus efficace de diminuer la consommation de tabac et d'inciter les fumeurs à arrêter consiste à *augmenter le prix de détail des produits du tabac en majorant les taxes* » (mise en évidence par OxyRomandie)¹³. L'organisation sanitaire mondiale précise que « les taxes sur le tabac sont particulièrement efficaces pour prévenir ou réduire le tabagisme chez les jeunes et les plus démunis. Ces populations sont les plus touchées par la hausse des prix. »¹⁴
10. Cet instrument de prévention très efficace qu'est l'augmentation du prix du tabac en majorant les taxes est malheureusement très mal utilisé en Suisse. Pour OxyRomandie, la cause principale de cette mauvaise utilisation est la politique de prix pratiquée par l'industrie du tabac, qui réduit considérablement les possibilités qu'a le Conseil fédéral d'utiliser la taxation comme un véritable instrument de santé publique, tel que cela a fait ses preuves dans d'autres pays (par ex. France, Grande-Bretagne, Australie).
11. De 2005 à 2016, le prix pour la marque de cigarettes la plus vendue est passé de 6 à 8,50 francs. Sur ce renchérissement, 90 centimes résultent d'une augmentation de la taxe et 1,60 franc d'une hausse des prix décidée par l'industrie¹⁵. La part la plus importante du renchérissement du paquet de cigarettes provient donc des augmentations décidées

¹⁰ Nations Unies. Assemblée générale. Déclaration politique de la Réunion de haut niveau de l'Assemblée Générale sur la prévention et la maîtrise des maladies non transmissibles. Document A/66/L.1 Point 38. http://www.un.org/fr/documents/view_doc.asp?symbol=A/66/L.1

¹¹ La Suisse est signataire du traité mais ne l'a pas encore ratifié. Pour le texte du traité, voir http://www.who.int/fctc/text_download/fr/

¹² WHO Report on the Global Tobacco Epidemic, 2015. Raising taxes on tobacco. OMS, 2015 http://www.who.int/entity/tobacco/global_report/2015/report/en/index.html

¹³ Lorsque les prix du tabac sont en hausse, la consommation est en baisse. OMS. Brochure MPOWER. http://www.who.int/entity/tobacco/mpower/publications/fr_tfi_mpower_r.pdf?ua=1

¹⁴ Ibid.

¹⁵ Dépêche ATS. La taxe sur le paquet de cigarettes n'augmentera pas
Le prix des cigarettes n'augmentera pas en Suisse ces prochaines années, à moins que les producteurs ne l'imposent. Site du Parlement. <https://www.parlament.ch/fr/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaefft?AffairId=20160051>

unilatéralement par les compagnies de tabac. Il semble que ces dernières aient collectivement contrôlé l'évolution des prix des cigarettes en Suisse, avec pour conséquence la minimisation de leur impact en termes de santé publique, la réduction des recettes fiscales (baisses consécutives pendant les quatre dernières années – avec un taux d'imposition qui a baissé de 56,7% en 2009 à 52.8% en 2015¹⁶), et l'optimisation de la marge de profit des entreprises (qui a augmenté d'environ 100% depuis 2002). Selon le professeur Anna Gilmore, de l'Université de Bath (GB), et ses collègues, « l'efficacité des politiques de taxation du tabac dépend des stratégies de prix des compagnies de tabac »¹⁷. Ce sont ces stratégies qu'OxyRomandie désire étudier pour les années récentes et c'est ce qui motive sa demande d'accès aux documents.

12. Faisant référence au marché de la cigarette aux USA au début des années 1990, la Cour suprême des États-Unis a décrit une situation qui pourrait s'appliquer au marché suisse depuis les années 2000 : « L'industrie de la cigarette a été depuis longtemps l'une des plus profitable d'Amérique, en partie parce que il n'y avait pas de concurrence significative sur les prix entre les firmes rivales. (...) Les prix des cigarettes augmentaient ensemble de façon parallèle, deux fois par année, pendant plusieurs années, indépendamment du taux d'inflation, des changements de coût de production, ou de l'évolution de la demande. »¹⁸
13. Dans son Rapport explicatif sur la modification de la loi fédérale sur l'imposition du tabac (LTab)¹⁹, l'AFD présente le tableau ci-dessous précédé de l'explication suivante : « Compte tenu des augmentations de prix décidées par les différents fabricants et importateurs, soit 1 fr. 70 au total, le prix de vente de la classe de prix la plus vendue, qui se monte actuellement à 8 fr. 20 [en 2013] par paquet de cigarettes, a évolué de la manière suivante (augmentation en centimes sur le prix de vente au détail [PVD] exprimé en francs par paquet). »

Augmentation en cts	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Impôt (Conseil fédéral)	30	50		30		30		20			10
Prix (industrie)	10	10	20		10	20	10	20	20	30	20
Nouveau PVD	5.20	5.80	6.00	6.30	6.40	6.90	7.00	7.40	7.60	7.90	8.20

Source: Direction générale des douanes, section Imposition du tabac et de la bière

14. On retrouve dans ce tableau les augmentations périodiques, effectuées par l'industrie dans son ensemble (ce que l'AFD appelle « les augmentations de prix décidées par les différents fabricants et importateurs »). Ce type de comportement, où des entreprises continuent d'augmenter les prix d'un produit sur lequel elles obtiennent déjà des marges

¹⁶ Ibid.

¹⁷ Gilmore AB, Tavakoly B, Taylor G, Reed H. Understanding tobacco industry pricing strategy and whether it undermines tobacco tax policy: the example of the UK cigarette market. *Addiction (Abingdon, England)*. 2013;108(7):1317-1326. doi:10.1111/add.12159. <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/add.12159/epdf>

¹⁸ Brooke Group Ltd. v. Brown & Williamson Tobacco Corp. 509 U.S. 209 (1993) U.S. Supreme Court <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/509/209/case.html>

¹⁹ <https://www.news.admin.ch/newsd/message/attachments/31674.pdf>

de profits extrêmes, est révélateur d'une défaillance de la concurrence, qu'OxyRomandie désire étudier en inspectant dans le détail l'évolution des prix.

15. Un rapport préparé par la *Federal Trade Commission* des USA pour le compte de la *Congressional Task Force on Tobacco and Health* fournit une analyse de ce type de défaillance concurrentielle de l'industrie du tabac, analyse qui pourrait bien s'appliquer au cas de la Suisse : « Depuis le début, l'industrie de la cigarette des U.S.A. a exhibé les caractéristiques d'un oligopole - une industrie comprenant relativement peu de firmes, chacune d'entre elles reconnaissant l'interdépendance de ses actions avec celles des autres firmes. Quand une telle industrie n'est plus soumise à la pression concurrentielle de nouveaux entrants sur le marché, la théorie économique prédit que les prix ont tendance à excéder les niveaux concurrentiels. Ces prix supra-concurrentiels peuvent indiquer un comportement coordonné des participants (...) ('des interactions coordonnées incluent la collusion tacite ou expresse, et peuvent être ou ne pas être légales'). »²⁰
16. Le rapport précité continue ainsi : « La plupart des modèles économiques de comportement oligopolistique concluent que les marges prix-coût augmentent lorsque le nombre de firmes diminue. Cette relation se produit, par exemple, si un petit nombre de firmes tendent à avoir des intérêts similaires et sont en conséquence plus à même d'orchestrer un comportement commun. (...) Deuxièmement, la demande de cigarettes globale des adultes est inélastique, ou relativement insensible aux changements de prix. (...) Avec pour résultat qu'une augmentation de prix au niveau de l'industrie dans son ensemble est profitable pour les compagnies de tabac, même si quelques fumeurs réagissent à l'augmentation en fumant moins ou en arrêtant de fumer. Même des augmentations substantielles de prix ont de grandes chances d'être profitables [pour l'industrie], pour autant qu'elles soient introduites d'une façon coordonnée. » (mise en évidence par OxyRomandie)²¹
17. Le professeur Anna Gilmore et ses co-auteurs, analysent la même situation, qui exprime pour eux une « défaillance du marché » (*market failure*) : « La pression concurrentielle normale étant absente [sur le marché de la cigarette], l'oligopole qui en résulte permet d'augmenter les prix apparemment à volonté, générant des profits élevés et durables, significativement plus hauts que ceux des autres biens de consommation de base. (...) Les profits des compagnies de tabac sont plus du double de ceux de la plupart des autres entreprises (...) Les profits immenses réalisés par les cigarettiers en vendant un produit qui tue un consommateur sur deux ne sont pas le résultat d'une percée dans le domaine de la propriété intellectuelle ou tout autre avancée sur le marché. Ce ne sont en fait qu'un exemple classique de défaillance du marché. »²²
18. Les augmentations de prix décidées par les compagnies de tabac entraînent, entre autres, trois conséquences néfastes :
 - a. Elles sont relativement inefficaces sur le plan de la prévention du tabagisme, car l'industrie suit une politique des petits pas, avec des augmentations ne dépassant pas les de 8 %, qui réduisent peu la consommation (d'un point de

²⁰ (Traduction libre d'OxyRomandie) http://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/reports/competition-and-financial-impact-proposed-tobacco-industry-settlement/ndoc95_0.pdf

²¹ Ibid. p. 4 (Traduction libre d'OxyRomandie)

²² Gilmore AB, Branston JR, Sweanor D The case for OFSMOKE: how tobacco price regulation is needed to promote the health of markets, government revenue and the public Tobacco Control 2010;19:423-430. <http://tobaccocontrol.bmj.com/content/19/5/423.info>

vue de santé publique, il faut des augmentations de 10% ou plus)²³. Par exemple, l'Administration fédérale des finances, observant que la recette de l'impôt sur le tabac en 2012 dépassait celle de l'année précédente, offrait le commentaire suivant : « Contrairement aux attentes, la hausse du prix décidée par les fabricants de cigarettes n'a pas entraîné un recul des ventes. »²⁴ Ces hausses de prix par petits pas, contrôlées par l'industrie, privent la santé publique de son meilleur instrument de prévention du tabagisme, en supprimant la marge de manœuvre pour des augmentations substantielles vraiment efficaces.

- b. Elles privent le Conseil fédéral d'une possibilité de percevoir une taxe de même montant. L'argument avancé récemment par les chambres nationales pour refuser au Conseil fédéral la possibilité d'augmenter les taxes est que le niveau de prix atteint aujourd'hui est au maximum de ce qui est possible de faire sans stimuler des effets pervers (contrebande, etc.). Outre le fait que cet argument est spécieux (il reprend la propagande de l'industrie du tabac), ce niveau n'a pas été atteint par des augmentations de taxes, mais pour l'essentiel, par des augmentations de prix décidées par l'industrie, qui sont autant de recettes perdues pour la Confédération. A noter qu'une augmentation de 10 ct. de la taxe sur le paquet de cigarette génère une recette fiscale annuelle supplémentaire de 50 millions CHF²⁵. Si le renchérissement du paquet de cigarettes observé entre 2005 et 2016 (voir point 11 ci-dessus) avait résulté exclusivement de l'augmentation de la taxe, ce sont 600 millions de francs supplémentaires par année qui seraient entrés dans les caisses de l'État. Ces 600 millions annuels ont été offerts en cadeau à une industrie qui était déjà très largement profitable avant les augmentations.
 - c. Elles pénalisent les fumeurs en leur extorquant plus d'argent pour un produit qui n'est en rien différent de ce qu'il était avant l'augmentation de prix (même si parfois l'emballage change, mais le contenu reste le même), en profitant du caractère hautement addictif du produit qui empêche le fumeur de renoncer. Le fumeur ne peut pas non plus basculer sur un produit similaire de la concurrence, puisque tous les produits semblent augmenter en parallèle (c'est une hypothèse qu'OxyRomandie aimerait pouvoir vérifier).
19. Au vu des avantages financiers énormes pour l'ensemble des entreprises du tabac découlant d'une stratégie de prix coordonnés, le risque de collusion entre ces entreprises est très élevé, notamment au regard de la configuration très fortement oligopolistique qui caractérise le marché suisse de la cigarette. Considérant les conséquences néfastes que peut entraîner une telle collusion, il y a une nécessité de transparence des prix de vente au détail des cigarettes vendues par ces compagnies, même rétroactive, notamment pour pouvoir surveiller leur évolution dans le temps et la façon dont les augmentations de prix sont éventuellement coordonnées et pour lutter contre les défaillances du marché décrites par le prof. Gilmore et ses collègues. OxyRomandie est d'avis que cela constitue un intérêt public prépondérant.

²³ « ... small, gradual tax increases, even at high rates of tax, may benefit the industry (in contrast to large intermittent tax increases) while having relatively little impact on consumption » ibid.

²⁴ Administration fédérale des finances. Annexe au communiqué concernant le compte 2012. <https://www.newsd.admin.ch/newsd/message/attachments/29598.pdf>

²⁵ La taxe sur les cigarettes n'augmentera pas. Tribune de Genève. 28.02.2017. <http://www.tdg.ch/suisse/taxe-cigarettes-augmentera/story/29234112>

20. Dans sa Recommandation, le Préposé a bien compris l'intérêt public de la demande d'OxyRomandie : « Dans la motivation accompagnant sa demande en médiation, la demanderesse a indiqué que la transparence sur les prix des cigarettes était d'autant plus importante dans un marché où le risque d'arrangement est énorme (...). Le Préposé estime que cette information est un indice parlant en faveur de l'intérêt public à la transparence s'opposant, le cas échéant, aux intérêts privés à la protection des données personnelles. » (Recommandation, consid. 22)

D. Remarque préliminaire

1. Cette section se réfère aux informations et déclarations contenues dans la partie de la Décision intitulée *Destinataires de la décision* (Décision, p. 4-5), qui contient quelques imprécisions et inexactitudes qu'OxyRomandie désire corriger à titre liminaire.

Informations demandées

2. La demande d'OxyRomandie porte sur l'accès à des éléments d'information figurant sur les annonces de tabacs manufacturés (formulaires 50.44 pour les tabac importés et 50.45 pour les tabacs indigènes), pour les cigarettes seulement, transmises à l'AFD par Philip Morris SA, British American Tobacco Switzerland SA et JT International AG. Ces éléments d'information sont ceux qui sont entrés dans les champs mis en évidence dans les Pièces n° 12 et n° 13. Il s'agit des données suivantes :

<i>Libellé</i>	<i>Type</i>
Maison	Texte
Marque	Texte
Prix de vente au détail (PVD) par pièce	Ct.
Valable à partir du	Date

Tout le reste du formulaire, y compris la signature dans la zone « Maison /signature » peut être caviardé. OxyRomandie a toutefois une demande supplémentaire : lorsqu'un produit change de marque, tout en restant le même, OxyRomandie désire obtenir de l'AFD l'indication de l'ancien nom afin de pouvoir suivre l'évolution du produit dans le temps. Par exemple : « Marlboro Gold (anciennement Marlboro Light) ».

3. L'AFD résume bien la demande d'OxyRomandie : « Vous avez requis l'accès aux prix publics des paquets de cigarettes par marque et sous-marque, tels que ceux-ci sont fixés par l'industrie du tabac et tels qu'ils étaient publiquement affichés aux points de vente, avec les dates d'entrée en vigueur de ces prix (...) » (Décision, para. 5, p.2) et a compris que cette demande concernait « les prix de vente au détail (PVD) annoncés dans les formulaires officiels ». (Décision, para. 6, pp 2-3)
4. L'AFD prétend qu'OxyRomandie a confirmé, lors de la séance de médiation du 26 janvier 2017, demander « l'accès à l'intégralité de chaque document, excluant toute anonymisation même partielle ». (Décision, p. 4, 2^{ème} para.) Cela n'est pas conforme à la réalité. *OxyRomandie n'a jamais revendiqué l'accès à l'intégralité des formulaires d'annonce*. L'AFD, qui a très bien compris quelles informations sont demandées par OxyRomandie (voir point 3 ci-dessus) devrait savoir qu'il n'est pas nécessaire d'avoir accès à l'intégralité de chaque document pour obtenir ces informations. Comme expliqué au point 2 ci-dessus, OxyRomandie ne refuse pas l'anonymisation partielle de chaque document. Dans le cas où les informations contenues sur les formulaires d'annonce sont

entrées dans une base de données (notamment dans le cadre de la facturation informatisée des taxes), OxyRomandie pourrait accepter de recevoir un fichier informatique contenant juste les quatre éléments de données demandés (maison/marque/PVD/date de validité), par exemple sous la forme d'un tableau Excel. Une telle approche n'a pas été proposée par l'AFD.

Anonymisation

5. En ce qui concerne l'*anonymisation* des informations requise, les seules informations susceptibles d'être anonymisées parmi celles demandées par OxyRomandie sont le nom de la marque et la raison sociale du fabricant ou de l'importateur. L'anonymisation de la marque rendrait l'information inutilisable, car un prix sans référence au produit spécifique auquel il s'applique est dépourvu de signification. L'anonymisation de la raison sociale du fabricant ou de l'importateur n'aurait aucun effet si la marque n'est pas anonymisée, car la raison sociale peut être aisément retrouvée à partir de la marque, en particulier à l'aide d'une recherche en ligne dans les registre des marques de l'Institut fédéral de la propriété intellectuelle (IPI) ou de l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI). C'est dans ce sens, et dans ce sens seulement, qu'OxyRomandie, considère qu'il n'est pas possible d'anonymiser les informations demandées.

Prix de vente au détail

6. L'AFD insiste à plusieurs reprises, y compris dans la section A. *Destinataires de la décision* (Décision, p.4) que le prix annoncé à l'AFD par les compagnies de tabac ne correspond pas au prix final au consommateur, dont l'AFD indique n'avoir pas connaissance. OxyRomandie ne s'intéresse qu'au *prix de vente au détail des cigarettes*, qui est le prix déclaré par les compagnies de tabac (en conformité avec l'art. 5, al. 1, OITab) et sert de base à la taxation (Annexe I, LTab).
7. Selon l'art. 31, OITab, « Les indications exigées conformément à l'art. 16, al. 1, LTab doivent être imprimées en caractères lisibles et indélébiles directement sur chaque emballage de vente au détail. » L'art. 16, al. 1, LTab dit :

Les tabacs manufacturés prêts à la consommation, fabriqués en Suisse, ne peuvent quitter la fabrique qu'en emballages pour la vente au détail. L'importation de tabacs manufacturés n'est autorisée qu'en emballages pour la vente au détail. Ces emballages doivent porter les indications suivantes :

 - a. le prix de vente au détail en monnaie suisse ;
 - b. le numéro du revers ou la raison sociale du fabricant en Suisse ou de l'importateur ; (...)
8. OxyRomandie assume que le prix de vente au détail en monnaie suisse indiqué sur l'emballage du paquet de cigarettes en vertu de l'art. 16, al. 1, LTab, correspond à l'information annoncée par les fabricants ou les importateurs en face du libellé « Prix de vente au détail (PVD) par pièce » (c'est-à-dire que le libellé « prix de vente au détail » a la même signification sur les formulaires d'annonce que dans la LTab, nonobstant le changement d'unité).
9. Des pointages effectués (avec achats test) par OxyRomandie dans les différents types de points de vente (grande distribution, kiosques, stations-service, dépanneurs, distributeurs automatiques, Internet) révèlent que le prix de vente effectif (ou « final ») des paquets de cigarettes est généralement le même que le prix de vente imprimé sur le paquet de cigarettes (Pièces 14 et 15). Quand ce n'est pas le cas, une référence est explicitement faite au prix de vente au détail pour attirer l'attention de l'acheteur sur le fait qu'il bénéficie d'un rabais (Pièce 16).

10. D'autre part, selon l'art 10, al. 3, LTab, « Le prix imprimé par le fabricant ou l'importateur sur les emballages pour la vente au détail ne peut pas être majoré lors de la vente. » Légalement, le prix effectif de vente ne peut donc être qu'inférieur *ou égal* au prix de vente au détail annoncé.
11. Dans la mesure où une taxe de 25% est perçue sur le prix de vente au détail annoncé, il est permis de douter que les compagnies de tabac déclarent des prix de vente au détail plus élevés que ceux effectivement pratiqués, ce qui reviendrait pour elles à payer plus de taxes qu'il ne leur est nécessaire.
12. En conséquence, OxyRomandie considère que le prix de vente au détail annoncé par le fabricant ou l'importateur est l'information de référence pour connaître le prix du produit sur le marché et ses variations. C'est la raison pour laquelle cette information est demandée par l'association, avec sa date d'entrée en vigueur.

E. En droit

1. Selon l'arrêt TAF A-3649/2014 consid. 8.1.1, la LTrans vise à promouvoir la transparence quant à la mission, l'organisation et l'activité de l'administration. A cette fin, elle contribue à l'information du public en garantissant l'accès aux documents officiels (art. 1 LTrans). Ce droit d'accès général concrétise le but essentiel de la loi, qui est de renverser le principe du secret de l'activité de l'administration au profit de celui de transparence quant à la mission, l'organisation et l'activité du secteur public (cf. ATF 136 II 399 consid. 2.1 ; ATAF 2014/24 consid. 3.1, arrêt du TAF A-1592/2014 du 22 janvier 2015 consid. 3). Il s'agit en effet de susciter la confiance du citoyen en l'administration et en son fonctionnement, de renforcer le caractère démocratique des institutions publiques tout en améliorant le contrôle des autorités étatiques (cf. ATF 133 II 209 consid. 2.3.1 ; ATAF 2011/52 consid. 3). Ainsi, toute personne a le droit de consulter – et de demander une copie sous réserve des droits d'auteur – des documents officiels et d'obtenir des renseignements sur leur contenu de la part des autorités (art. 6 al. 1 et al. 2 LTrans), sans devoir justifier d'un intérêt particulier (ATF 136 II 399 consid. 2.1, ATF 133 II 209 consid. 2.1; ATAF 2011/52 consid.3, arrêt du TAF A-4307/2010 du 28 février 2013 consid. 7.2 in fine). L'art. 6 al. 1 LTrans fonde donc une présomption en faveur du libre accès aux documents officiels.

OxyRomandie a usé de ce droit d'accès aux documents officiels en soumettant sa demande à l'AFD.

2. Selon l'arrêt TAF A-3649/2014 consid. 8.1.1, il n'est donc plus possible à l'autorité de décider, sans égard à un quelconque cadre légal, si elle entend ou non donner accès aux informations ou aux documents. Si elle décide de refuser l'accès à des documents officiels, elle supporte alors le fardeau de la preuve destinée à renverser la présomption du libre accès aux documents officiels, instituée par la LTrans. En d'autres termes, elle doit alors prouver que les conditions des art. 7 et 8 LTrans – instituant des exceptions au principe de la transparence – sont réalisées (cf. ATAF 2014/24 consid. 3, ATAF 2011/52 consid. 6 ; Message du Conseil fédéral relatif à loi fédérale sur la transparence [Message LTrans], FF 2003 1807, 1844 ; PASCAL MAHON/OLIVIER GONIN in : Stephan C. Brunner/Luzius Mader [éd.], Öffentlichkeitsgesetz, Handkommentar, Berne 2008 [ci-après : Öffentlichkeitsgesetz], ad art. 6 N 11).

Dans le cas présent, l'AFD a refusé à OxyRomandie l'accès demandé aux documents sans apporter la preuve que les conditions des art. 7 et 8 LTrans instituant des exceptions au principe de transparence sont réalisées.

3. Dans les cas spécifiés à l'art. 7 al. 1 LTrans, l'accès aux documents officiels est restreint, différé ou refusé. Les intérêts privés ou publics, qui peuvent justifier le maintien du secret, doivent alors revêtir un caractère prépondérant par rapport à l'intérêt (public) à l'accès auxdits documents, respectivement à la transparence. La loi procède par avance à la pesée d'intérêts en cause, dans la mesure où elle énumère de manière exhaustive les différents cas où les intérêts publics ou privés apparaissent prépondérants (arrêt du TAF A-700/2015 du 26 mai 2015 consid. 4.2 ; BERTIL COTTIER/RAINER J. SCHWEIZER/NINA WIDMER, in : Öffentlichkeitsgesetz, ad art. 7 N 3).

Le caractère prépondérant de l'intérêt public à l'accès aux documents par OxyRomandie est démontré dans la section C. ci-dessus.

4. Pour motiver son rejet de la demande d'OxyRomandie, l'AFD a invoqué l'article 7 al. 1 let. g LTrans, selon lequel le droit d'accès aux documents officiels peut être limité, différé ou refusé lorsque cet accès peut révéler des secrets professionnels, d'affaires ou de fabrication. Selon la jurisprudence constante (Arrêt du TAF A-3649/2014 du 25 janvier 2016, consid. 8.2.2), il est admis qu'un secret d'affaires existe uniquement si l'état de fait satisfait les quatre conditions cumulatives suivantes : a) il doit exister un lien entre l'information et l'entreprise ; b) le fait en question doit être relativement inconnu ; c) le détenteur du secret souhaite ne pas le révéler (intérêt subjectif au maintien du secret) ; et d) il existe un intérêt fondé au maintien du secret (intérêt objectif au maintien du secret).
5. Dans sa Décision, l'AFD examine en détail chacune des quatre conditions ci-dessus et conclut pour chacune d'elle que l'information demandée par OxyRomandie ne la remplit pas. Pour OxyRomandie, cette argumentation est superflue dans la mesure où l'information demandée n'est pas secrète, mais au contraire connue publiquement. Selon la jurisprudence, peut être qualifié de secret, tout fait qui n'est ni notoire ni généralement accessible au public et que le maître du secret, en raison d'un intérêt justifié, ne veut pas divulguer (cf. arrêt du TAF 1592/2014 du 22 janvier 2015 consid. 5.4 ; HÄNER in : BSK DSG/BGÖ, ad art. 7 LTrans N 33). Comme signe de cette volonté, on peut se fonder sur les mesures techniques ou organisationnelles mises en place dans l'entreprise pour assurer la confidentialité (cf. arrêt du TAF A-5489/2012 du 8 octobre 2013 consid. 6.3 et les réf. citées).
6. Il n'est pas possible de considérer comme confidentiel ou secret le prix de vente au détail d'un paquet de cigarette alors que la loi (art. 16, al. 1, LTab, voir D.7 ci-dessus) exige qu'il soit imprimé « en caractères lisibles et indélébiles directement sur chaque emballage de vente au détail », ce qui rend inmanquablement cette information accessible au public, et, *a fortiori*, aux entreprises concurrentes. Aucune mesure n'a été prise par les entreprises cigarettières pour préserver la confidentialité de cette information, puisqu'au contraire elles la divulguent massivement au public (et à leurs concurrents) en l'imprimant de façon visible sur les emballages des paquets de cigarettes (en conformité avec la loi). Si l'on considère qu'il se vend en Suisse environ un demi-milliard de paquets de cigarettes par année, et que chaque paquet porte l'indication de son prix de détail (en plus de celle du fabricant ou de l'importateur), c'est probablement l'information la plus divulguée qui soit dans l'ensemble de la Suisse. La détention de ces informations par l'AFD peut être simplement considérée comme un archivage de données publiques.

7. Il est difficile de concevoir comment la révélation des prix de vente au détail pratiqués par les compagnies de tabac concernées en 2014 et 2015 provoquerait une distorsion de la concurrence en 2017. L'AFD n'a pas donné de raison probante sur cette question.
8. Certes, le prix de détail qui est indiqué sur le formulaire d'annonce de l'AFD n'est pas identique au prix de détail indiqué sur un paquet de cigarettes, puisque le premier est un prix par pièce (cigarette), alors que le deuxième est un prix pour 20 pièces (contenu d'un paquet), mais l'un peut arithmétiquement se déduire de l'autre par une simple multiplication ou division par 20, suivant le cas. La connaissance de l'un entraîne immédiatement la connaissance de l'autre, et vice versa, et dans ce sens, ces deux prix peuvent être considérés comme deux représentations de la même *information*.
9. Subsidiairement, les arguments avancés par l'AFD pour conclure que les conditions a), b) c) et d) mentionnées ci-dessus ne résistent pas à l'examen.

a) Il existe un lien entre le fait à garder secret et l'entreprise

10. Un lien entre un fait et une entreprise existe lorsque ce fait est de nature à influencer le résultat des affaires de cette entreprise (SHK BGÔ; Cottier/Schweizer/Widmer, art. 7 N 43). Il est difficile d'imaginer comment le fait de donner accès à OxyRomandie aux informations sur les prix de vente au détail des marques de cigarettes, prix qui sont connus publiquement, est susceptible d'influencer le résultat des affaires des compagnies de tabac concernées. De toute façon, si ces informations sont susceptibles d'une telle influence, on peut supposer que les compagnies de tabac en aient déjà possession, tant il leur est facile d'obtenir les données sur les prix de vente au détail pratiqués par leurs concurrents : il leur a suffi d'acheter un paquet de chaque marque concurrente – une dépense dérisoire pour ces compagnies - pour avoir toute l'information nécessaire.
11. Dans ses arguments, l'AFD assume que la totalité des formulaires d'annonce serait demandée par l'association, sans caviardage (par exemple, en faisant référence à « diverses caractéristiques du produit », information qui n'est pas demandée). Les points D.2 - D.4 ci-dessus montrent que cette assumption n'est pas lieu d'être.
12. L'AFD avance que « Le prix de vente au grossiste dépendra souvent d'actions spéciales (liquidation de stocks, introduction sur le marché d'un nouveau produit, etc.) de planifications d'importation, du choix des marques et des cycles de production. (...) Il s'ensuit que la comparaison entre le prix annoncé (PVD) et le prix final de vente au consommateur reflète la politique des prix et la stratégie de marketing des trois entreprises ici concernées et des commerçants. » (Décision, p. 6, 1^{er} para.) Comme expliqué ci-dessus (D.6 – D.12), OxyRomandie considère que le prix de vente au détail est l'information de référence pour connaître le prix du produit sur le marché et c'est la seule information qui l'intéresse. OxyRomandie n'a aucun moyen de connaître (et ne désire pas connaître) les prix de vente aux grossistes, puisque ces prix sont conclus sur la base d'accords commerciaux privés entre les fabricants/importateurs et les grossistes, accords dont le résultat n'est apparemment pas communiqué à l'AFD (ni rendu public) : selon les déclarations des entreprises concernées rapportées par l'AFD dans la Décision (p. 6, dernier para.), ces prix sont déterminés « selon les critères fixés *après la transmission des annonces à l'AFD* par le fabricant, l'importateur, le grossiste ou le détaillant » (mis en évidence par OxyRomandie). Il est donc impossible que l'accès aux documents demandé permette à OxyRomandie de connaître ces prix. La possession des informations requises par l'association ne lui permettra pas d'effectuer « la comparaison entre le prix annoncé (PVD) et le prix final de vente au consommateur » et d'en déduire

« la stratégie de marketing des trois entreprises ici concernées et des commerçants »
comme le prétend l'AFD.

13. L'AFD n'a donc pas démontré que la première condition requise par la jurisprudence de l'article 7 al. 1 LTrans est remplie.

b) Le fait est relativement inconnu

14. Dans ses explications, l'AFD assume de nouveau que l'intégralité des formulaires d'annonce serait demandée par l'association, sans caviardage, ce qui n'est pas le cas (voir points D.2-D.4 ci-dessus). L'AFD dit que les formulaires « font également mention des diverses spécificités du produit (par exemple, poids des composants) » (Décision, p. 6, 2^{ème} para. sous b), ajoutant : « Ces formulaires contiennent des informations détaillées en lien avec les produits de chaque entreprise. Les informations contenues dans les formulaires ne sont pas publiques et ne sont pas communiquées aux entreprises concurrentes. » (Décision, p. 6, 3^{ème} para. sous b) L'AFD fait référence à des informations qui ne sont pas demandées par OxyRomandie. Les seules informations demandées par OxyRomandie sont celles indiquées au point D.2 ci-dessus, qui ont toutes un caractère public évident, dans la mesure où elles figurent sur l'emballage du produit pour trois d'entre elles (marque, prix de vente au détail, fabricant/importateur) ou peut être déduite par la simple observation pour la quatrième (date d'entrée en vigueur du changement de prix/date d'introduction d'un nouveau produit).
15. Il convient aussi de noter que les informations demandées par OxyRomandie ne concernent que des annonces déjà entrées en vigueur (en 2014 et 2015) et non des annonces relatives à de futurs changements de prix, qui pourraient effectivement être protégées par le secret d'affaires.
16. Lorsque l'AFD déclare que les informations contenues dans les formulaires ne sont pas publiques et ne sont pas communiquées aux entreprises concurrentes, (Décision, p.6, 3^{ème} para. Sous b) elle oublie de mentionner que les informations concernant le prix de vente au détail et la raison sociale du fabricant ou de l'importateur sont, elles, rendues publiques en étant imprimées sur l'emballage des paquets de cigarettes, puisque cela est une obligation légale (art. 16, al. 1, LTab).
17. Selon l'AFD, les entreprises qu'elle a entendues ont précisé que « les informations contenues dans les annonces n'ont (...) jamais été connues publiquement à un certain moment donné, car il ne s'agit pas souvent pas (*sic !*) du prix de vente final du paquet de cigarettes au consommateur. » (Décision, p. 6, dernier para.) La double négation dans cette déclaration la rend difficile à comprendre. En remplaçant « pas souvent » par son équivalent « rarement », la deuxième partie de la phrase dit en substance que le prix de vente au détail déclaré dans l'annonce est rarement différent du prix de vente final au détail du paquet de cigarettes. Autrement dit, le prix final de vente au détail du paquet de cigarettes est presque toujours identique au prix de vente au détail annoncé à l'AFD par les entreprises. Ce qui est conforme aux observations effectuées par OxyRomandie (voir point D.9 ci-dessus). Mais cela veut dire que l'information est publique, puisque le prix de vente au détail est aussi imprimé sur chaque paquet de cigarettes.
18. L'AFD n'a donc pas démontré que la seconde condition requise par la jurisprudence de l'article 7 al. 1 LTrans est remplie.

c) Le détenteur du secret souhaite ne pas le révéler (intérêt subjectif au maintien du secret)

19. Pour que la volonté de garder l'information secrète soit reconnue, il faut que le maître du secret ne veuille pas le divulguer en raison d'un intérêt justifié (cf. arrêt TAF 1592/2014 du 22 janvier 2015 consid. 5.4; HAN ER in: BSK DSG/BG, ad art. 7 LTrans N 33). La volonté du détenteur du secret doit être clairement exprimée ou pouvoir être déduite des circonstances. Elle doit s'appliquer exclusivement à des faits qui ne sont ni notoires ni facilement accessibles.
20. En l'occurrence, l'AFD indique seulement que « chaque entreprise a exprimé clairement sa volonté de ne pas accorder l'accès aux informations contenues dans les annonces et a demandé à être entendue en cas de poursuite de la procédure », (Décision, p. 7, 3^{ème} para. sous c) sans que l'entreprise ait indiqué quel intérêt justifiait un tel refus. Or, selon la jurisprudence, le maître du secret doit toujours indiquer concrètement et en détail, pourquoi une information est couverte par le secret (cf. arrêt du TAF A-6291/2013 du 28 octobre 2014 consid. 7.4.3), ce qui n'a visiblement pas été fait.
21. En disant « Vu que le marché suisse du tabac est très compétitif, le maintien du secret par les entreprises concernées de toutes les données commerciales et fiscales figurant dans ces annonces s'avère fondé » (Décision, p. 7, 5^{ème} para. sous c), l'AFD se substitue aux entreprises concernées pour défendre leur position, ce qui n'est pas son rôle. Le marché suisse de la cigarette est loin d'être compétitif, puisqu'il s'agit en fait d'un marché dominé par trois entreprises constituant un oligopole, qui, selon l'AFD elle-même (cf. Décision, p. 2, point 4), détient 99% du marché (voir point C.2).
22. Comme les économistes l'observent, il y a un risque très élevé de collusion entre entreprises sur un marché fortement oligopolistique comme le marché suisse de la cigarette (voir points C.11-C.17 ci-dessus). Dans une telle situation, il n'est pas étonnant que ces entreprises s'opposent à la divulgation d'informations susceptibles de mettre en évidence une telle collusion, s'il elle était avérée. Cela ne constitue cependant pas un intérêt justifié.
23. L'AFD n'a donc pas démontré que la troisième condition requise par la jurisprudence de l'article 7 al. 1 LTrans est remplie.

d) Il existe un intérêt fondé au maintien du secret (intérêt objectif au maintien du secret)

24. Selon l'AFD, l'ensemble des informations contenues dans ces annonces sur des années constitue des informations devant être gardées secrètes de manière à ne pas divulguer à la concurrence la stratégie des prix et le marketing de chaque fabricant et importateur de tabac. OxyRomandie renvoie aux points 11 et 12 de la présente section qui démontrent que la divulgation des prix de vente au détail pratiqués en 2014 et 2015 n'est pas susceptible de révéler la stratégie de prix et de marketing de chaque fabricant, les prix négociés avec les grossistes et les prix associés aux actions promotionnelles n'étant pas connus d'OxyRomandie ni de l'AFD.
25. L'AFD ajoute qu'au vu du marché très concurrentiel des trois entreprises concernées, le préjudice causé à chaque entreprise et à chaque fabricant serait non seulement hautement vraisemblable mais également grave. Comme observé plus haut, le marché suisse de la cigarette n'est pas fortement concurrentiel, mais au contraire caractérisé par sa structure fortement oligopolistique (voir points C.11-C.17 ci-dessus).

26. L'AFD se contente de déclarer la vraisemblance d'un préjudice grave sans en indiquer la nature précise. Or, comme observé au point 20 de la présente section, la jurisprudence demande que le maître du secret indique *concrètement* et *en détail* pourquoi une information est couverte par le secret. Cette exigence s'applique a fortiori à l'AFD. Elle n'a pas été satisfaite.
27. L'intérêt objectif au secret n'a pas été établi et l'AFD n'a donc pas démontré que la quatrième condition requise par la jurisprudence de l'article 7 al. 1 LTrans est remplie.

Droit d'accès limité ou différé

28. Selon l'AFD, une limitation du droit d'accès s'avèrerait inefficace : « En effet, les informations que vous désirez obtenir sont toutes des informations qui devraient être caviardées afin que le secret d'affaires et de fabrication soit respecté. » Il est démontré plus haut (voir points D.2-D.4) que les informations demandées par OxyRomandie ne sont qu'une partie des données figurant sur les formulaires d'annonce, qui ont essentiellement un caractère public et qu'il n'est pas nécessaire de caviarder (voir point D.5). L'AFD déforme grossièrement la demande d'OxyRomandie pour mieux la rejeter.
29. OxyRomandie refuse un accès différé des informations demandées. Les risques de collusion entre entreprises qu'OxyRomandie cherche à identifier sont graves et peuvent avoir des conséquences extrêmement néfastes, tant pour la santé publique, pour les finances publiques, que pour les consommateurs (voir point C.18). Si ces risques devaient se matérialiser et que la collusion devait être avérée, une action immédiate serait nécessaire pour corriger une telle situation.
30. Nonobstant ce refus d'accès différé par OxyRomandie, les raisons invoquées plus haut pour justifier l'accès immédiat aux informations s'appliquent *a fortiori* à un accès différé.
31. Par conséquent, l'AFD n'a pas établi que les conditions requises pour un droit d'accès limité ou différé ne sont pas remplies et aucune des conditions requises pour l'application de l'article 7 alinéa 1 LTrans n'est remplie.

Examen de la balance des intérêts selon l'article 7 alinéa 2 LTrans

32. Le droit d'accès peut également être limité, différé ou refusé si l'accès à un document officiel peut porter atteinte à la sphère privée de tiers, à moins qu'un intérêt public à la transparence ne soit exceptionnellement jugé prépondérant (art. 7 al. 2 LTrans).
33. Au vu de ce qui précède, la divulgation des informations ne porte pas atteinte à la sphère privée de tiers, dans la mesure où les informations demandées par OxyRomandie ont un caractère public évident.
34. La demande d'OxyRomandie est motivée par la protection d'intérêts publics, notamment la santé publique, les finances fédérales, les intérêts des consommateurs, et le bon fonctionnement de l'économie de marché, ainsi qu'expliqué dans la section C ci-dessus, et notamment au point C.18. Cela constitue un intérêt public à la transparence qui peut être jugé prépondérant, selon l'art. 6, al. 2, let. b OTrans.
35. Selon l'AFD, les documents requis ne permettraient pas à OxyRomandie d'effectuer l'étude que l'association désire effectuer, qui serait de prouver que « ces augmentations n'ont aucune justification, hormis le fait d'augmenter les profits des compagnies ». Cette présentation des intentions d'OxyRomandie ne correspond pas à la réalité, comme on peut le constater en prenant connaissance de ses motivations détaillées dans la section C ci-dessus.

36. L'AFD déclare que le consommateur final quant à lui ne tirera aucun profit des informations ou de l'étude qu'OxyRomandie désire effectuer, précisant : « En tant que tel, il n'est pas concerné par le PVD mais uniquement par le prix final au détail qu'il paiera pour chaque produit. » Comme établi plus haut, le prix de vente au détail imprimé sur le paquet de cigarettes et le « prix final au détail » sont généralement identiques. Cette question a été traitée en détail aux points D.6-D.12 ci-dessus. OxyRomandie ayant l'intention d'utiliser une approche statistique, il suffit qu'il y ait une forte corrélation entre ces deux prix pour rendre l'analyse de l'un pertinent pour l'autre. L'AFD ne peut prétendre qu'il n'y a aucun lien entre ces deux prix, ce qui signifierait que les prix de vente au détail déclaré à l'administration serait mensonger. En fait, dans ses propres communications, l'AFD utilise le prix de vente au détail comme indicateur de l'évolution du prix des cigarettes : elle le fait par exemple dans son Rapport explicatif sur la modification de la loi fédérale sur l'imposition du tabac (LTab)²⁶ (voir point C.13 plus haut).
37. Lorsque l'AFD constate qu'avant son achat, le consommateur final « pourra procéder à toutes les comparaisons de prix, marques, augmentations qu'il désire effectuer. Le marché en tant que tel est parfaitement transparent, voire plus transparent que pour nombre d'autres produits », elle ne fait que confirmer le caractère public et notoire des informations demandées par OxyRomandie.
38. L'AFD présente de façon erronée la position d'OxyRomandie lorsqu'elle déclare : « Contrairement à votre écriture du 15 février (chiffres 4 et 6), les données que vous demandez n'ont jamais été à un moment donné une information transparente devenue avec le temps une donnée soumise au secret des affaires. » OxyRomandie a dit en substance dans la lettre citée : « *Il est incompréhensible* que ce qui est à un moment *t* donné une information transparente, dont la divulgation n'est non seulement pas contraire au secret d'affaires, mais encore est une nécessité pour le bon fonctionnement du marché, devienne, avec le temps, soumise au secret d'affaires. » OxyRomandie maintient cette déclaration.
39. L'AFD déclare « qu'une étude effectuée sur la base des formulaires demandés ou la publication des documents demandés, en tant que tels ou présentés sur un tableau synoptique par exemple, ne nuira qu'aux trois entreprises et fabricants concernés qui pourront en particulier comme exposé ci-dessus, comparer leur stratégie de marketing. » L'AFD n'indique pas *concrètement* ni *en détail* pourquoi et comment une telle étude peut nuire aux entreprises et fabricant concernés.
40. Il est clair cependant que l'intérêt de protection de la santé publique poursuivi par OxyRomandie entre en conflit avec l'intérêt commercial des entreprises concernées, puisque qu'OxyRomandie vise, par la prévention et la lutte contre le tabagisme, à réduire le nombre de fumeurs et donc à diminuer le nombre de consommateurs de tabac et la consommation de tabac dans son ensemble. Les intérêts de la santé publiques et ceux des industriels du tabac sont reconnus comme étant opposés et inconciliables (voir point C.7 ci-dessus). Le Principe Directeur 1 des Directives pour l'application de l'article 5.3 de la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac sur la protection des politiques de santé publique en matière de lutte antitabac face aux intérêts commerciaux et autres de l'industrie du tabac²⁷ le dit clairement : « Il y a un conflit fondamental et inconciliable entre les intérêts de l'industrie du tabac et ceux de la santé publique. »

²⁶ <https://www.news.admin.ch/news/message/attachments/31674.pdf>

²⁷ http://www.who.int/fctc/guidelines/adopted/article_5_3/fr/

41. Selon le Tribunal Fédéral, la protection de la santé de la population constitue sans aucun doute un objectif d'intérêt public qui justifie la limitation de droits fondamentaux, tels que la liberté économique (Tribunal Fédéral, Arrêt 2P.207/2000 du 28.03.02, consid. 5 bb ; publié dans ATF 128 I 295). La protection de la santé publique, qui fait partie des objectifs suivis par OxyRomandie en formulant sa demande d'accès aux documents, a un caractère prépondérant par rapport aux intérêts économiques des entreprises de tabac concernées.
42. Pour OxyRomandie, il y a donc un intérêt public à la transparence prépondérant largement suffisant pour que l'AFD accède à la demande d'accès aux informations demandées par l'association, en vertu de l'art. 6, al. 2, let. b OTrans.

Protection des données personnelles selon l'article 9 LTrans

43. L'article 9 LTrans dispose que lorsque la demande d'accès porte sur des documents officiels qui ne peuvent être rendus anonymes, l'article 19 de la loi fédérale du 19 juin 1992 sur la protection des données (LPD ; RS 235.1) est applicable. S'il n'est pas possible de rendre anonyme un document, ce qui est par exemple le cas quand la demande d'accès porte sur une personne que le demandeur nomme dans sa requête, l'art. 19 LPD s'applique (cf. art. 9 al. 2 LTrans). Selon l'article 19 alinéa 1 bis LPD, les organes fédéraux ne communiquent les données personnelles concernées que si elles sont en rapport avec l'accomplissement de tâches publiques et si la communication répond à un intérêt public prépondérant (cf. Arrêt du TAF susmentionné, consid. 8.3 et jurisprudence citée).
44. OxyRomandie est d'avis que l'AFD n'a pas établi comment et dans quelle mesure l'accès aux informations demandée peut porter atteinte à la sphère privée de tiers.
45. OxyRomandie a démontré dans la section C ci-dessus que sa demande répond à un intérêt public prépondérant, à plusieurs titres, tant pour la santé publique, pour les finances publiques, que pour les consommateurs (voir point C.18), et aussi pour le bon fonctionnement économique et la transparence du libre marché. Elle remplit donc le critère d'intérêt public prépondérant de l'art. 19 al 1bis LPD. L'AFD peut donc communiquer les données demandées même si elles sont considérées comme étant personnelles.
46. L'AFD rappelle que « l'impôt sur le tabac n'est pas touché par le prix final au détail payé par le consommateur » pour en conclure qu' « il n'existe donc pas d'intérêt public fiscal à la remise de ces annonces. » OxyRomandie a au contraire démontré que sa démarche a aussi un intérêt fiscal (points C.10 et C.18 b ci-dessus), même si ce n'est pas le seul intérêt qui motive l'association (voir point précédent).
47. En conséquence, même dans le cas où l'accès aux informations demandées par OxyRomandie porterait atteinte à la sphère privée de tiers, la communication répondant à un intérêt public prépondérant, l'AFD doit l'accorder.

Présomption en faveur du libre accès aux documents officiels

48. Le droit d'accès général inscrit dans la LTrans concrétise le but essentiel de la loi, qui est de renverser le principe du secret de l'activité de l'administration au profit de celui de transparence quant à la mission, l'organisation et l'activité du secteur public (cf. ATF 136 II 399 consid. 2.1 ; ATAF 2014/24 consid. 3.1, arrêt du TAF A-1592/2014 du 22 janvier 2015 consid. 3). Il s'agit en effet de susciter la confiance du citoyen en l'administration et en son fonctionnement, de renforcer le caractère démocratique des institutions publiques tout en améliorant le contrôle des autorités étatiques (cf. ATF 133 II 209 consid. 2.3.1 ;

ATAF 2011/52 consid. 3). L'art. 6 al. 1 LTrans fonde donc une présomption en faveur du libre accès aux documents officiels.

49. Dans les cas limites, par exemple lorsque la probabilité de la réalisation de la violation d'intérêts à protéger existe tout en étant faible ou lorsqu'il faut s'attendre à une conséquence négative mineure, il est indiqué d'opter en faveur de l'accès (cf. arrêts du TAF A-6054/2013 du 18 mai 2015 consid. 3.2, A-6291/2013 du 28 octobre 2014 consid. 7; cf. Office fédéral de la justice [OFJ], Loi sur la transparence: guide pour l'appréciation des demandes et check-list, du 2 août 2013, p. 5). Dans tous les cas, lorsqu'une limitation paraît justifiée, l'autorité doit choisir la variante la moins incisive et qui porte le moins possible atteinte au principe de la transparence (cf. ATAF 2013/50 consid. 9.3 et les réf. citées).
50. Il apparaît à OxyRomandie que l'AFD n'a pas appliqué dans sa décision et ses considérants les principes indiqués ci-dessus, mais plutôt leur contraire. Il semble que sa décision a été guidée par une présomption en faveur de la protection des intérêts des entreprises de tabac concernées. Dans sa recommandation, le Préposé a demandé à l'AFD de procéder une « pesée d'intérêts » (Recommandation, 21, p. 5). L'AFD n'a pas effectué cette pesée d'intérêts, mais n'a pris en compte que les éléments qui penchaient en faveur d'un refus à l'accès aux informations :
- L'AFD ne semble pas avoir tenté de chercher la variante la moins incisive qui porte le moins atteinte au principe de transparence, mais a au contraire décidé, « *après un examen sommaire de la situation juridique, de refuser totalement l'accès aux documents* ». (Mise en évidence par OxyRomandie) (Décision, p. 4, A 3^{ème} para.)
 - L'AFD a déformé la demande d'OxyRomandie en la maximisant pour pouvoir mieux la refuser. Ainsi OxyRomandie aurait demandé « l'accès à l'intégralité de chaque document excluant ainsi toute anonymisation même partielle ». (Décision, p. 4, A, 2^{ème} para.) Une lecture dans l'esprit de la LTrans de la demande d'OxyRomandie aurait facilement permis à l'AFD de voir que celle-ci pouvait être satisfaite sans révéler l'ensemble de chaque document.
 - L'AFD a présenté comme étant secrètes des informations sur le prix de vente au détail qui sont en fait imprimées sur chaque paquet de cigarettes en vertu d'une exigence légale.
 - L'AFD a fait siennes les informations qui lui ont été fournies par les compagnies de tabac, sans recul critique. Elle a par exemple déclaré que le marché suisse du tabac est « très compétitif » et « très concurrentiel », alors qu'en réalité c'est un marché fortement oligopolistique dans lequel l'évolution constante des prix à la hausse, sans raison valable, suggère fortement une collusion entre les trois entreprises qui détiennent 99% du marché.
 - Dans sa décision, l'AFD fait complètement l'impasse sur les motivations d'OxyRomandie susceptibles d'être d'intérêt public, au sujet desquelles OxyRomandie n'a pourtant pas été avare d'explications. Aucune référence n'est faite par l'AFD au point 8. de la lettre de demande d'OxyRomandie du 15 février, qui explique les raisons pour lesquelles il y a un intérêt public prépondérant à ce que la transparence soit faite sur les prix pratiqués par les compagnies de tabac en Suisse.
 - Aucune référence non plus n'est faite à la recommandation du Préposé, qui a déterminé que l'information fournie par OxyRomandie sur la nécessité de

transparence sur les prix des cigarettes dans un marché où le risque d'arrangement est énorme, constituait « un indice parlant en faveur de l'intérêt public à la transparence s'opposant, le cas échéant, aux intérêts privés à la protection des données personnelles ».

51. Il se peut que l'analyse des informations qu'OxyRomandie espère obtenir à la suite du présent recours fournisse des résultats nécessitant d'être complétés par une recherche plus poussée (par exemple en étendant la plage de temps au-delà des deux années 2014 et 2015). OxyRomandie aimerait pouvoir demander l'accès à ces informations supplémentaires à l'AFD sans essayer le même refus, en évitant de devoir repasser par les cases « médiation » et « recours au TAF » pour les obtenir.
52. OxyRomandie considère donc souhaitable que l'AFD soit bien informée sur ce que signifie, notamment concrètement pour elle lorsqu'elle traite des demandes en rapport avec le tabac, le principe de la présomption en faveur du libre accès aux documents officiels.

Pour ces motifs, OxyRomandie demande respectueusement au Tribunal administratif fédéral de :

A la forme

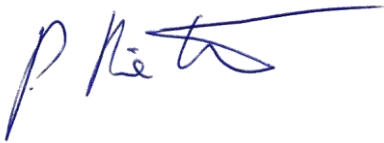
- Déclarer recevable le présent recours.

Au fond

- Annuler la décision de l'Administration fédérale des douanes du 27 février 2017
- Exiger que l'Administration fédérale des douanes remette à OxyRomandie les informations demandées
- Précise le principe de la présomption en faveur du libre accès aux documents dans la perspective d'éventuelles demandes futures d'informations par OxyRomandie auprès de l'Administration fédérale des douanes

Fait à Genève, le 22 mars 2017

Pour OxyRomandie :



Pascal Diethelm, président

Pièce n° 1

**Décision de l'Administration fédérale des douanes (AFD)
du 27 février 2017**



CH-3003 Berne, EZV, OZD/RCHT

Courrier A Plus

OxyRomandie
Monsieur Pascal Diethelm
2, rue de la Fontaine
1204 Genève

Votre référence: Pascal Diethelm pour OxyRomandie
Référence du dossier: 056-3-2017-002
Dossier traité par: Dorothée Montecchiari
Berne, le 27 février 2017

Décision de l'Administration fédérale des douanes (AFD)

Vu la recommandation du 6 février du Préposé fédéral à la protection des données et à la transparence (le Préposé),

dans la cause **Monsieur Pascal Diethelm, Directeur, pour OxyRomandie**, 2, rue de la Fontaine, 1204 Genève (ci-après Oxyromandie),

relative à la demande d'accès du 4 janvier 2017 à des documents officiels en possession de la Section impôts sur le tabac et sur la bière, Direction générale des douanes, Administration fédérale des douanes (ci-après AFD), au sens de la loi fédérale du 17 décembre 2004 sur le principe de la transparence dans l'administration (loi sur la transparence; LTrans; RS 152.3), l'Administration fédérale des douanes (ci-après AFD),

avec la participation des tiers :

- **Philip Morris SA**, représentée par Me Roland Mathys et par Me David Mamane, Schellenberg Wittmer AG, Löwenbergstrasse 19, Postfach 2201, 8021 Zürich;

- **British American Tobacco Switzerland SA**, Monsieur Philippe Gordon, responsable des Affaires Institutionnelles; avenue de Rhodanie 48, 1007 Lausanne;
- **JT International AG**, représentée par Me Beat Stalder et par Me Nicole Tschirky, Wenger Plattner, Jungfraustrasse 1, 3000 Bern 6,

rend la décision suivante :

En fait

1. Par courriel du 28 octobre 2016, vous avez indiqué que vous souhaitiez, dans le cadre d'une étude sur les stratégies de pricing de l'industrie du tabac, être informé sur le détail des augmentations des prix du paquet de cigarettes suite à une augmentation de l'impôt sur le tabac entrée en vigueur en janvier 2014 et ce par fabricant, par marque et par sous-marque de cigarettes ainsi que la date d'entrée en vigueur de chacune de ces augmentations.
2. Par courriel du 7 novembre 2016, nous vous avons répondu que nous n'étions pas, au regard des dispositions légales en matière de protection des données, habilités à vous fournir ces informations. Par courriel du 7 novembre 2016, vous avez demandé des éclaircissements concernant les motifs de ce refus.
3. Dans notre réponse du 30 novembre 2016, nous avons précisé que le refus d'accès aux documents demandés était basé sur l'article 7 alinéa 1 lettre g LTrans. Etant donné que ces documents ne pouvaient être anonymisés sans caviardage total, nous ne vous avons transmis aucun document.
4. Nous avons précisé que l'article 11 alinéa 1 LTrans ne s'appliquant pas en l'espèce, les trois principaux fabricants et importateurs de tabac concernés, à savoir Philip Morris SA, British American Tobacco Switzerland SA et JT International AG, qui représentent environ le 99 % du marché suisse, n'avaient pas été consultés.
5. Par courriel du 7 décembre 2016, vous avez réitéré votre demande. Vous avez requis l'accès aux prix publics des paquets de cigarettes par marque et sous-marque, tels que ceux-ci sont fixés par l'industrie du tabac et tels qu'ils étaient publiquement affichés aux points de vente, avec les dates d'entrée en vigueur de ces prix et à accéder aux informations sur les prix des paquets de cigarettes en 2014 et 2015.
6. Par détermination du 15 décembre 2016, nous avons confirmé, en tant que votre demande porterait sur les prix de vente au détail (PVD) annoncés dans les formulaires offi-

ciels, le refus d'accès pour les raisons déjà évoquées dans notre courriel du 30 novembre 2016. Nous avons précisé que les documents requis ne reflétaient pas la réalité, puisque les changements de prix étaient annoncés avant leur mise sur le marché suisse.

7. Le 4 janvier 2017, vous avez saisi le Préposé
8. Par courriel du 5 janvier 2017, le Préposé nous a informés du dépôt de votre demande et nous a invités à lui adresser les documents demandés et une éventuelle prise de position complémentaire de notre part dans un délai de 10 jours.
9. Le 16 janvier 2017, nous avons remis au Préposé les documents concernés et une prise de position complémentaire confirmant le refus d'accès aux documents.
10. Lors de la séance de médiation du 26 janvier 2017, aucun accord n'a pu être trouvé. A cette occasion, vous avez confirmé votre requête d'obtenir les annonces faites pour les années 2014-2015 à l'AFD par les entreprises suivantes : Philip Morris SA, British American Tobacco SA et JT International AG.
11. Lors de cette séance, le Préposé a indiqué qu'il allait rendre une recommandation selon l'art. 14 LTrans. Il a également été convenu que les tiers concernés seraient encore entendus par l'AFD.
12. Par courriers du 27 janvier 2017, Philip Morris SA, British American Tobacco Switzerland SA et JT International AG ont chacune été invitée à se prononcer sur votre demande d'accès.
13. Par recommandation du 6 février 2017, le Préposé a indiqué qu'il était d'avis que l'AFD n'avais à ce stade pas motivé à suffisance le refus d'accès.
14. Le 15 février 2017, vous avez demandé que nous rendions une décision.
15. Par courriers du 20 février 2017, les trois entreprises concernées, à savoir:
 - Philip Morris SA ;
 - British American Tobacco Switzerland SA;
 - JT International AG;

nous ont transmis leur prise de position respective. Chaque entreprise s'oppose à une transmission des documents et demande à être reconnue en tant que partie à la procédure si celle-ci est poursuivie.

En droit :

A. Destinataires de la décision

La présente décision porte sur la question de l'accès aux annonces de tabacs manufacturés (importation: formulaire 50.44) et aux annonces de tabacs manufacturés (indigènes: formulaire 50.45) des années 2014 et 2015, pour les cigarettes seulement, transmises par Philip Morris SA, British American Tobacco Switzerland SA et JT International AG à l'AFD. Ces annonces sont ensuite complétées par l'AFD.

Ces documents ont fait l'objet de la séance de médiation du 26 janvier 2017. A cette occasion, vous avez confirmé que vous demandiez l'accès à l'intégralité de chaque document, excluant ainsi toute anonymisation même partielle.

En ce qui concerne la consultation des tiers, relevons que nous y avons renoncé dans un premier temps vu que nous étions de l'avis, après un examen sommaire de la situation juridique, de refuser totalement l'accès aux documents.

Quant à nous, nous avons confirmé notre courriel du 30 novembre 2017 et notre prise de *position complémentaire du 16 janvier 2016*, dans laquelle nous avons relevé que le prix annoncé pour chaque produit et pour un certain temps ne correspondait pas au prix final au consommateur et dont l'AFD n'a pas connaissance.

Si, à la lumière d'une demande de médiation, il appert que l'accès peut être accordé, le Préposé est en droit de requérir de l'autorité qu'elle procède à une audition au sens de l'article 11 alinéa 1 LTrans, audition qu'elle n'avait pas faite jusque-là. Cette compétence est fondée, d'une part, sur l'art. 12b alinéa 1 de l'ordonnance du 24 mai 2017 sur le principe de la transparence dans l'administration (ordonnance sur la transparence; OTrans; RS 152.31) et, d'autre part, sur l'idée qu'il ne saurait être conforme à l'esprit qui sous-tend le déroulement de la procédure que le tiers concerné ne puisse s'exprimer qu'au stade de la médiation (mise en œuvre du principe de transparence dans l'administration fédérale: questions fréquemment posée; FAQ; ch. 7.2.4).

Etant donné que cette situation s'est justement présentée, nous avons invité les tiers concernés à se prononcer sur votre demande et sur la Recommandation du Préposé. Les documents principaux en cause ont été ainsi remis aux tiers.

En application de l'article 15 alinéa 2 lettre a et du chiffre 25 de la Recommandation du Préposé du 6 février 2017, nous rendons une décision au sens de l'article 5 de la loi fédérale du 20 décembre 1968 sur la procédure administrative (PA; RS 172.021).

Conformément à ces dispositions, cette décision est également notifiée aux tiers concernés afin qu'ils puissent exercer leurs droits dans une éventuelle procédure judiciaire.

B. Application de l'article 7 alinéa 1 et de l'article 7 alinéa 2 LTrans

Dans les cas spécifiés à l'article 7 alinéa 1 LTrans, l'accès aux documents officiels est restreint, différé ou refusé. Les intérêts privés ou publics, qui peuvent justifier le maintien du secret, doivent alors revêtir un caractère prépondérant par rapport à l'intérêt public à l'accès auxdits documents. La loi énumère de manière exhaustive les différents cas où les intérêts publics ou privés apparaissent prépondérants (Arrêt du TAF A-700/2015 du 26 mai 2015, consid. 4.2; BERTIL COTTIER/RAINER J. SCHWEIZER/NINA WIDMER, in: Öffentlichkeitsgesetz, ad art. 7 N 3).

Selon l'article 7 alinéa 1 lettre g LTrans, le droit d'accès est restreint, différé ou refusé si les documents peuvent révéler des secrets professionnels, d'affaires ou de fabrication.

Selon la jurisprudence constante (Arrêt du TAF A-3649/2014 du 25 janvier 2016, consid. 8.2.2 et les références citées), quatre conditions cumulatives sont requises pour qu'une information sur une entreprise soit un secret digne de protection au sens de cette disposition:

a) Il existe un lien entre le fait à garder secret et l'entreprise

Un lien entre un fait et une entreprise existe lorsque ce fait est de nature à influencer le résultat des affaires de cette entreprise (SHK BGÖ; Cottier/Schweizer/Widmer, art. 7 N 43).

Chaque formulaire d'annonce contient en particulier le nom de l'entreprise, l'indication de la marque et de la sous-marque, diverses caractéristiques du produit ainsi que le prix de vente annoncé par l'entreprise à l'AFD avant la mise sur le marché. Ces annonces sont souvent faites avant même la production du produit.

Les informations contenues dans les formulaires d'annonce sont fournies par les entreprises concernées à la DGD, conformément à la législation sur le tabac (cf. en particulier les articles 17 et 18 de la loi fédérale du 21 mars 1969 sur l'imposition du tabac; LTab; RS 641.31) et les articles 5 à 9 de l'ordonnance du 14 octobre 2009 sur l'imposition du tabac; OITab; RS 641.311). Sur la base de ces annonces, la DGD calcule le taux d'impôt dû pour chaque produit qui sera introduit par la suite sur le marché suisse.

Chaque annonce est valable à partir d'une certaine date. Elle contient des indications sur un nouveau produit ou remplace une annonce précédente si l'une des indications du formulaire précédent de chaque marchandise a été modifiée.

Le prix de vente au grossiste dépendra souvent d'actions spéciales (liquidation de stocks, introduction sur le marché d'un nouveau produit, etc.) de planifications d'importation, du choix des marques et des cycles de production. Il ne peut être que moins élevé que le prix annoncé dans les formulaires.

Il s'ensuit que la comparaison entre le prix annoncé (PVD) et le prix final de vente au consommateur reflète la politique des prix et la stratégie de marketing des trois entreprises ici concernées et des commerçants.

La première condition requise par la jurisprudence de l'article 7 alinéa 1 LTrans est ainsi à notre avis remplie.

b) Le fait est relativement inconnu

Tel est le cas lorsque seul un petit cercle de personnes connaît ce fait. Selon la jurisprudence du Tribunal fédéral (cf. FAQ; ch. 5.2.1 et renvois) un fait perd son caractère secret s'il est notoire ou facilement accessible. Dans un cas d'espèce, il est décisif de savoir si le détenteur du secret contrôle le cercle des personnes informées.

Les formulaires 50.44 et 50.45 sont destinés exclusivement à l'AFD en vue de la détermination de l'impôt sur le tabac. Dits formulaires servent à annoncer la mise sur le marché prévue de certains produits à un certain prix prévu et fixent le taux de l'impôt de chaque produit. Ils font également mention des diverses spécificités du produit (par exemple, poids des composants). Chaque formulaire peut ainsi également servir à corriger un précédent formulaire.

Ces formulaires contiennent des informations détaillées en lien avec les produits de chaque entreprise. Les informations contenues dans les formulaires ne sont pas publiques et ne sont pas communiquées aux entreprises concurrentes (ci-dessous lettre d). Légalement, seule l'entreprise concernée et l'AFD ont accès à ces annonces. Il est ainsi indéniable que chaque entreprise contrôle le cercle des personnes informées.

Les entreprises entendues indiquent qu'elles fixent le prix maximum prévu pour chaque produit pendant une certaine période de manière indépendante. Elles précisent que les informations contenues dans les annonces n'ont, contrairement à ce que vous soutenez, jamais été connues publiquement à un certain moment donné, car il ne s'agit pas souvent pas du prix de vente final du paquet de cigarettes au consommateur (cf. ci-dessous lettre d). Quant au consommateur, il a accès aux prix pratiqués par chaque commerçant et pour tous les produits disponibles sur le marché. Il s'agira du montant indiqué sur le paquet (prix maximum) ou d'un prix plus bas selon les critères fixés après la transmission des annonces à l'AFD par le fabricant, l'importateur, le grossiste ou le détaillant.

Dans ces conditions, nous sommes d'avis que la deuxième condition est également remplie.

c) le détenteur du secret a la volonté de garder l'information secrète

Pour que la volonté de garder l'information secrète soit reconnue, il faut que le maître du secret ne veuille pas le divulguer en raison d'un intérêt justifié (cf. arrêt TAF 1592/2014 du 22 janvier 2015 consid. 5.4; HÄNER in: BSK DSG/BG, ad art. 7 LTrans N 33).

La volonté du détenteur du secret doit être clairement exprimée ou pouvoir être déduite des circonstances. Elle doit s'appliquer exclusivement à des faits qui ne sont ni notoires ni facilement accessibles.

En l'espèce, chaque entreprise a exprimé clairement sa volonté de ne pas accorder l'accès aux informations contenues dans les annonces et a demandé à être entendue en cas de poursuite de la procédure.

Sous lettre a) et b) ci-dessus, nous avons établi que le contenu des annonces n'est ni public, ni communiqué aux entreprises concurrentes et ce pour les différents motifs déjà évoqués.

Vu que le marché suisse du tabac est très compétitif, le maintien du secret par les entreprises concernées de toutes les données commerciales et fiscales figurant dans ces annonces s'avère fondé.

En conséquence, la troisième condition fixée par la jurisprudence est aussi remplie.

d) L'autorité doit reconnaître qu'il existe un intérêt objectif et fondé au maintien du secret

Elle ne doit le faire que si les informations à garder secrètes peuvent influencer sur le résultat de processus économiques. Les données dont la divulgation à la concurrence causerait une distorsion du marché, en faisant subir un désavantage concurrentiel à l'entreprise concernée, doivent être tenues secrètes.

Or, l'ensemble des informations contenues dans ces annonces sur des années constitue des informations devant être gardées secrètes de manière à ne pas divulguer à la concurrence la stratégie des prix et le marketing de chaque fabricant et importateur de tabac.

En effet, au vu du marché très concurrentiel des trois entreprises concernées, le préjudice causé à chaque entreprise et à chaque fabricant serait non seulement hautement vraisemblable mais également grave. Partant, l'intérêt objectif au secret est démontré et la quatrième condition requise par la jurisprudence est également remplie.

e) Droit d'accès limité ou différé

Reste à déterminer si, dans le cadre d'une mesure moins incisive que le refus intégral des documents, le droit d'accès pourrait être limité ou différé.

Dans le cas présent, une limitation du droit d'accès s'avérerait inefficace. En effet, les informations que vous désirez obtenir sont toutes des informations qui devraient être caviardées afin que le secret d'affaires et de fabrication soit respecté.

Un accès différé doit également être refusé. En cas de publication des annonces ou d'études statistiques basées sur ces informations, mêmes plusieurs années plus tard, les entreprises concurrentes pourraient en tirer les mêmes conclusions établies ci-dessus concernant la politique de prix, la stratégie de marketing, les cycles de production, la planification des coûts et des produits, poursuivis par chaque entreprise concernée.

Par conséquent, les conditions requises pour un droit d'accès limité ou différé ne sont pas remplies et toutes les conditions requises pour l'application de l'article 7 alinéa 1 LTrans sont remplies.

C. Examen de la balance des intérêts selon l'article 7 alinéa 2 LTrans

Selon l'article 7 alinéa 2 LTrans, le droit d'accès peut également être limité différé ou refusé si l'accès à un document officiel porte atteinte à la sphère privée de tiers, à moins qu'un intérêt public à la transparence ne soit exceptionnellement jugé prépondérant.

Selon le message du Conseil fédéral, l'autorité dispose d'une importante marge de manœuvre pour l'examen de cette balance des intérêts (Feuille fédérale 2002 2542).

La loi énumère de manière exhaustive les différents cas d'intérêts publics ou privés prépondérants. Il suffit donc qu'il y ait une certaine probabilité que l'accès à un document officiel porte atteinte à un intérêt énuméré à l'article 7 alinéa 1 LTrans, pour que la prépondérance de l'intérêt au secret sur celui à la transparence soit admise.

Selon l'article 6 OTrans, un intérêt public à la transparence est jugé prépondérant notamment lorsque le droit d'accès à un document répond à un besoin particulier d'information de la part du public suite notamment à des événements importants ou lorsque le droit d'accès sert à protéger des intérêts publics notamment l'ordre, la sécurité ou la santé publics.

Or, comme nous l'avons relevé ci-dessus au chiffre 6 des faits ainsi qu'au 4^e paragraphe « en droit », les documents requis ne vous permettrons pas d'effectuer l'étude que vous dé-

sirez effectuer qui serait de prouver que « ces augmentations n'ont aucune justification hormis de le fait d'augmenter les profits des compagnies » (votre courriel du 7 décembre 2017).

Les liens internet des études qui étudient l'impact d'une augmentation de l'impôt sur le tabac sur le prix final au consommateur vous sont connus et vous les citez dans vos écritures. Ce prix final n'est d'ailleurs pas connu de l'AFD dont le rôle est uniquement de prélever l'impôt sur le tabac.

Comme déjà relevé en particulier dans les faits et sous B, lettres a et b ci-dessus, le prix final au consommateur ne peut être qu'égal ou plus bas que celui annoncé à l'AFD. Il s'ensuit qu'une telle étude ne pourrait au demeurant que prouver que les producteurs et importateurs de tabac renoncent à une partie de leurs profits entre les annonces et la mise sur le marché suisse.

Le consommateur final quant à lui ne tirera aucun profit des informations ou de l'étude que vous désirez effectuer. En tant que tel, il n'est pas concerné par le PVD mais uniquement par le prix final au détail qu'il paiera pour chaque produit. Avant son achat, il pourra procéder à toutes les comparaisons de prix, marques, augmentations qu'il désire effectuer. Le marché en tant que tel est parfaitement transparent, voire plus transparent que pour nombre d'autres produits.

Au vu de ce qui précède, vous ne distinguez pas le prix de vente au détail (PVD) annoncé à l'AFD en vue de la fixation de l'impôt sur le tabac et le prix de vente final de la marchandises au consommateur. Contrairement à votre écriture du 15 février (chiffres 4 et 6), les données que vous demandez n'ont jamais été à un moment donné une information transparente devenue avec le temps une donnée soumise au secret des affaires.

Il s'ensuit qu'une étude effectuée sur la base des formulaires demandés ou la publication des documents demandés, en tant que tels ou présentés sur un tableau synoptique par exemple, ne nuira qu'aux trois entreprises et fabricants concernés qui pourront en particulier comme exposé ci-dessus, comparer leur stratégie de marketing.

D. Protection données personnelles selon l'article 9 LTrans

L'article 9 LTrans dispose que lorsque la demande d'accès porte sur des documents officiels qui ne peuvent être rendus anonymes, l'article 19 de la loi fédérale du 19 juin 1992 sur la protection des données (LPD ; RS 235.1) est applicable.

S'il n'est pas possible de rendre anonyme un document, ce qui est par exemple le cas quand la demande d'accès porte sur une personne que le demandeur nomme dans sa requête, l'art. 19 LPD s'applique (cf. art. 9 al. 2 LTrans).

Selon l'article 19 alinéa 1bis LPD, les organes fédéraux ne communiquent les données personnelles concernées que si elles sont en rapport avec l'accomplissement de tâches publiques et si la communication répond à un intérêt public prépondérant (cf. Arrêt du TAF susmentionné, consid. 8.3 et jurisprudence citée).

Rappelons que l'impôt sur le tabac n'est pas touché par le prix final au détail payé par le consommateur. Il n'existe donc pas d'intérêt public fiscal à la remise de ces annonces. En l'absence d'un tel intérêt, la documentation requise ne peut pas être remise au regard de la sphère privée des tiers concernés.

Par ces motifs, il est

décidé:

1. La demande d'accès à des documents officiels déposée le 4 janvier 2017 par Monsieur Pascal Diethelm pour OxyRomandie est rejetée.
2. La présente décision est rendue sans frais.
3. La présente décision est notifiée à:
 - Monsieur Pascal Diethelm, Directeur, pour OxyRomandie, 2, rue de la Fontaine, 1204 Genève (Courrier A Plus).
4. Elle est également notifiée à:
 - Me Roland Mathys et Me David Mamane, Schellenberg Wittmer AG, Löwenbergstrasse 19, Postfach 2201, 8021 Zürich, pour Philip Morris SA (Courrier A Plus)
 - British American Tobacco Switzerland SA, à l'attention de Monsieur Philippe Gordon, Responsable des Affaires Institutionnelle, avenue de Rhodanie 48, 1007 Lausanne (Courrier A Plus)
 - Me Beat Stalder et Me Nicole Tschirky, Wenger Plattner, Jungfraustrasse 1, 3000 Berne, pour JT International AG (Courrier A Plus).



Hans Georg Nussbaum, avocat
Chef de la Section Droit

Indication des voies de droit :

Un recours peut être interjeté contre la présente décision dans les 30 jours dès sa notification auprès du Tribunal administratif fédéral, case postale, 9023 Saint-Gall. Le recours indiquera les conclusions, motifs et moyens de preuve et portera la signature du recourant ou de son mandataire. Le recourant joindra l'expédition de la décision attaquée et les pièces invoquées comme moyens de preuve lorsqu'elles se trouvent entre ses mains.

Copie pour information au

Préposé fédéral à la protection des données et à la transparence, Monsieur Marc Moinat, Feldeggweg 1, 3003 Bern ; réf. du dossier A-2017.02.06-0007 MM.

Pièce n° 2

Statuts d'OxyRomandie



OxyRomandie *« Pour une Romandie où il fait bon respirer »*

STATUTS

ARTICLE PREMIER

DISPOSITIONS GENERALES

- a) ***OxyRomandie*** (anciennement *OxyGenève*) est une association régie par les articles 60 et suivants du Code civil suisse et par les présents statuts.
- b) ***OxyRomandie*** poursuit son but statutaire par tous les moyens qu'elle juge appropriés (information, éditions, propagande, concours, entremise, enseignement, lobbying, plaintes et poursuites judiciaires, recours aux instruments de démocratie directe, participation à des réseaux, etc.).
- c) Son activité s'exerce principalement dans la région de la Suisse Romande et sa région frontalière française.
- d) ***OxyRomandie*** peut avoir des antennes cantonales et locales. Les antennes cantonales sont désignées par ***OxyBerne, OxyFribourg, OxyGenève, OxyJura, OxyNeuchâtel, OxyValais*** et ***OxyVaud***.

ARTICLE 2

BUT

OxyRomandie a pour but la prévention du tabagisme et la lutte antitabac, en s'inspirant des prescriptions, directives et recommandations de la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac (CCLAT). Ce but inclut en particulier 1) la protection de toutes les personnes contre l'exposition au tabagisme passif, en vertu de l'article 8 de la CCLAT et des directives de la CCLAT sur l'application de cet article 8 ; 2) la mise en œuvre des directives pour l'application de l'article 13 de la CCLAT (publicité en faveur du tabac, promotion et parrainage) ; et la mise en œuvre des directives pour l'application de l'article 5.3 de la CCLAT sur la protection des politiques de santé publique en matière de lutte antitabac face aux intérêts commerciaux et autres de l'industrie du tabac. ***OxyRomandie*** milite aussi pour que la Suisse ratifie le plus rapidement possible la CCLAT, et, lorsque cette ratification sera effective, agira pour que les prescriptions et les directives de la CCLAT soient strictement appliquées en Suisse.

ARTICLE 3

MEMBRES

OxyRomandie comprend des membres actifs, des membres de soutien et des membres d'honneur.

ARTICLE 4

MEMBRES ACTIFS

a) Peuvent devenir membres actifs d'*OxyRomandie* des personnes physiques ou morales qui cotisent et adhèrent à ses buts, notamment en participant aux activités de l'Association et en contribuant à la défense et à la diffusion de son but.

b) Les membres actifs ont le droit de vote. Les personnes morales désignent chacune un délégué et un délégué suppléant et ont un seul droit de vote.

ARTICLE 5

MEMBRES DE SOUTIEN

a) Peuvent devenir membres de soutien d'*OxyRomandie* toutes personnes physiques ou morales ainsi que des autorités et communautés de droit public, qui soutiennent l'Association par des moyens financiers ou par d'autres contributions considérées pertinentes par le Comité.

b) Les membres de soutien n'ont pas le droit de vote.

ARTICLE 6

MEMBRES D'HONNEUR

a) La qualité de membre d'honneur peut être proposée par le Comité et soumise au vote de l'Assemblée générale. Elle est octroyée aux personnes qui ont déployé une activité importante correspondant au but d'*OxyRomandie* ou qui ont rendu des services particuliers à l'association.

b) Les membres d'honneur ont le droit de vote.

ARTICLE 7

ADHESION

a) L'adhésion à ***OxyRomandie*** se fait par écrit au Comité de l'association. Le Comité peut, s'il le désire, demander à un candidat des précisions sur les motifs de sa candidature.

b) Le Comité peut décider d'accepter une candidature, de la rejeter, ou de la repousser à une date ultérieure en demandant un complément d'information. Lorsque le Comité rejette une candidature, il n'est pas tenu de justifier sa décision.

c) Le Comité d'***OxyRomandie*** statue sur les demandes d'admission. Il veille ce faisant au respect des statuts.

ARTICLE 8

DEMISSION

Chaque sociétaire est autorisé à sortir de l'association en tout temps. La démission doit être communiquée par écrit au secrétariat. Elle devient effective à la fin de l'année civile en cours. La cotisation est due pour l'année où intervient la démission.

ARTICLE 9

EXCLUSION

a) En cas d'unanimité, le Comité peut prononcer l'exclusion d'un membre pour le cas où celui-ci porterait préjudice à l'association ou que son activité serait en contradiction avec le but de l'association. A défaut d'unanimité, la décision appartient à l'Assemblée générale après proposition du Comité.

b) En cas de défaut de paiement des cotisations trois mois après leur exigibilité, le Comité pourra considérer le membre comme démissionnaire.

ARTICLE 10

ORGANISATION

L'organisation d'*OxyRomandie* est la suivante:

- a) L'Assemblée générale,
- b) Le Comité,
- c) Le Trésorier,
- d) L'Organe de contrôle.

ARTICLE 11

ASSEMBLEE GENERALE - FONCTIONNEMENT

- a) L'Assemblée générale est le pouvoir suprême d'*OxyRomandie*. Ses décisions sont obligatoires pour tous les membres, même non présents ou non représentés.
- b) L'Assemblée générale ordinaire a lieu une fois par an. Elle est convoquée par le Comité.
- c) Les Assemblées générales extraordinaires peuvent être convoquées par le Comité chaque fois que la bonne marche de l'association l'exige ou à la demande du cinquième des membres actifs d'*OxyRomandie*. Ses modalités sont identiques à l'Assemblée ordinaire.
- d) L'Assemblée générale est convoquée par courrier postal ou électronique adressé à tous les membres actifs et membres d'honneur vingt jours au moins avant la date de sa réunion; l'ordre du jour accompagnera la convocation.
- e) Sont mentionnés dans la convocation les objets portés à l'ordre du jour, ainsi que les propositions du Comité et, cas échéant, des sociétaires qui ont demandé la convocation de l'assemblée ou l'inscription d'un objet à l'ordre du jour.
- f) Toutes propositions de sujets ou points à inclure aux discussions et/ou vote de l'Assemblée générale doivent être soumis au Comité au plus tard 10 jours avant la date prévue de la réunion. Moyennant respect de ce délai, les délibérations et votes sur de tels sujets non mentionnés dans l'ordre du jour sont pleinement valables.
- g) L'Assemblée générale est composée de tous les membres actifs et membres d'honneur et est présidée par le Président ou en cas d'absence par un autre membre du Comité. Toutefois, seuls les membres actifs à jour avec leurs cotisations ont le droit de vote.

h) Les décisions sont prises à la majorité des membres présents ou dûment représentés par procuration, avec voix décisive au Président de l'Assemblée en cas d'égalité des voix. Un quorum d'au moins 1/10 membres actifs et d'honneur est nécessaire pour que l'Assemblée générale puisse valablement statuer. Sous réserve de l'article 20, ce quorum est d'un tiers des membres actifs et d'honneur pour décider de la dissolution.

i) Il est tenu un procès-verbal des décisions et élections de l'Assemblée générale. Ce document est signé par le Président de l'assemblée et son auteur.

ARTICLE 12

ASSEMBLEE GENERALE - COMPETENCES

L'Assemblée générale a les compétences inaliénables suivantes:

- a) Elle prend connaissance du rapport du Comité, des comptes et du rapport de l'Organe de contrôle.
- b) Elle approuve, s'il y a lieu, les comptes et donne décharge au Comité et au Trésorier de leur gestion.
- c) Elle fixe le montant de la cotisation annuelle due par les membres actifs et le montant minimum dû par les membres de soutien.
- d) Elle procède à l'élection du Comité et de son Président et nomme l'Organe de contrôle.
- e) Elle statue sur les objets qui lui sont soumis par le Comité.
- f) Elle nomme les membres d'honneur.
- g) Elle adopte et modifie les statuts.
- h) Elle est seule compétente pour décider de la dissolution de l'association.

ARTICLE 13

COMITE

- a) Le Comité est constitué de 4 à 15 membres actifs.
- b) Chaque membre du Comité est élu pour une année et est indéfiniment ré-éligible.

c) Le Comité peut élire un nouveau membre en son sein à tout moment. Ce nouveau membre pourra exercer ses fonctions comme tout autre membre du Comité jusqu'à la prochaine Assemblée générale à l'occasion de laquelle sa fonction sera mise au vote à l'instar des autres membres.

d) Il se réunira chaque fois que cela est nécessaire ou utile, ou par décision du Président mais au minimum trois fois par an.

ARTICLE 14

COMITE - COMPETENCES

Le Comité a les compétences suivantes:

a) Il s'organise lui-même et désigne les membres du Bureau de l'association. Il nomme le Vice-président, le Trésorier et le Secrétaire de l'association. Chaque membre peut occuper plusieurs fonctions.

b) Il définit et répartit les tâches de ses membres.

c) Il fixe le cas échéant le montant des honoraires du secrétariat, des membres du Bureau et du Trésorier.

d) Il se prononce sur les rapports du Bureau et établit le rapport annuel, le budget et le programme d'activité de l'exercice.

e) Il statue sur les demandes d'adhésion et les exclusions.

f) Il convoque l'Assemblée générale.

g) Il propose les membres d'honneur.

h) Il dirige les affaires de l'association et la représente à l'extérieur.

i) Il tient la comptabilité ordinaire de l'association.

j) De manière générale, il a les compétences qui ne sont pas expressément attribuées à l'Assemblée générale ou à un autre organe par la loi ou les statuts.

ARTICLE 15

COMITE - FONCTIONNEMENT

a) Le Comité prend ses décisions à la majorité de ses membres présents ou représentés. Un quorum de 4 membres au moins est néanmoins nécessaire pour prendre toute décision. En cas d'égalité des voix, le vote du Président compte double.

b) Les décisions sont prises à main levée, à moins que l'un des membres ne demande qu'elle soit prise à bulletin secret.

ARTICLE 15BIS

BUREAU

a) Le Bureau compte quatre à neuf personnes choisies parmi les Membres du Comité. Le Président, le Vice-président, le Trésorier sont nécessairement membres du Bureau. Ses Membres sont désignés pour une année et sont rééligibles.

b) Le Bureau exerce les compétences que lui délègue le Comité, mais en particulier :

1) Il dirige les affaires courantes de l'association et la représente à l'extérieur.

2) Il prend les décisions urgentes.

3) Il fait le rapport au Comité de ses activités et projets en cours.

ARTICLE 16

TRESORIER

a) Le Trésorier est élu par le Comité. Il est élu pour une année et peut se représenter autant de fois qu'il le désire.

b) Le Trésorier a les compétences suivantes:

1) Il tient les comptes de l'association et gère le paiement des cotisations.

2) Il établit un rapport sur la situation financière de l'association pour le Comité et à l'intention de l'Organe de contrôle.

ARTICLE 17

ORGANE DE CONTROLE

a) Sur proposition du Comité, l'Assemblée générale désigne chaque année un Contrôleur extérieur à l'Association.

b) Le Contrôleur est chargé de vérifier les comptes de l'Association, notamment leur bonne tenue et leur conformité aux principes comptables en vigueur. Le Comité lui remet, pour l'accomplissement de cette tâche, les livres et toutes pièces justificatives.

e) Le Contrôleur soumet un rapport écrit sur ses constatations à l'Assemblée générale qui sera transmis au Comité un mois avant cette dernière.

ARTICLE 18

FINANCES - DROIT DE SIGNATURE

a) Les ressources de l'Association sont constituées par les cotisations des membres, des dons, des subsides ou des legs offerts par les Membres ou par toute autre personne et par toutes autres recettes et bénéfices provenant de ses activités.

b) Les membres ne sont tenus que du paiement de la cotisation annuelle telle qu'arrêtée par l'Assemblée générale. Ils sont exonérés de toute responsabilité quant aux engagements de l'Association, lesquels sont uniquement garantis par les biens sociaux.

c) Le Comité peut, dans des circonstances exceptionnelles, libérer un membre actif du paiement de sa cotisation.

d) L'Association ne peut pas engager de dépenses qui ne sont pas couvertes par ses avoirs.

e) L'Association est valablement engagée par la signature collective du Président ou du Vice-président avec un autre membre du Comité. Pour des sommes inférieures à CHF 200.--, la signature individuelle du Président, du Vice-président, du Trésorier ou d'un membre du Bureau suffit mais ce, à concurrence de CHF 500.-- au maximum par personne et par mois civil.

f) Il est rendu compte des dépenses de l'Association à chaque réunion du Comité.

ARTICLE 19

SIEGE

Le siège de l'Association est sis auprès du secrétariat ou, à défaut, au domicile du Président.

ARTICLE 20

DISSOLUTION

a) La dissolution de l'Association ne pourra être adoptée que par l'Assemblée générale, durant laquelle au moins un tiers des membres actifs devront être présents ou représentés. Si le quorum n'est pas atteint, un vote par correspondance devra être organisé. Dans ce cas, la décision est déterminée par la majorité des votants.

b) En cas de dissolution, le Comité nommera un ou plusieurs liquidateurs chargés de la liquidation des affaires et des biens de l'Association.

c) Tout actif net éventuel de l'Association devra être affecté à une association ou une organisation à but charitable désignée par le Comité.

ARTICLE 21

ENTREE EN VIGUEUR

a) Les statuts sont entrés en vigueur après l'Assemblée constitutive qui s'est tenue le 13 septembre 2000.

b) Les statuts modifiés entrent immédiatement en vigueur, après la décision unanime de l'Assemblée générale du 28 janvier 2009.

Le Président



Le Vice-Président



Pièce n° 3

**Message de Pascal Diethelm, président d'OxyRomandie
à Céline Rouèche, AFD, du 28 octobre 2016**

Pascal Diethelm

From: Pascal Diethelm <diethelm@oxyromandie.ch>
Sent: vendredi 28 octobre 2016 16:53
To: 'celine.roueche@ezv.admin.ch'
Subject: RE: COL01 RE: Statistiques sur la consommation de tabac en Suisse, année 2014/Autre question

Madame,

En vous remerciant encore pour les précieuses informations que vous nous avez communiquées ci-dessous, je me permets de revenir vers vous pour une autre question.

En janvier 2014, l'industrie suisse de la cigarette a procédé à une augmentation des prix du paquet de tabac. Dans le cadre d'une étude sur les stratégies de « pricing » de cette industrie, j'aimerais savoir s'il est possible d'obtenir des informations sur cette augmentation, qui a eu des répercussions sur les entrées fiscales. Serait-il possible d'avoir le détail de ces augmentations de prix par fabricant et par marque et sous-marque de cigarettes, avec la date d'entrée en vigueur de chacune de ces augmentations.

En vous remerciant par avance pour votre attention, je vous adresse mes cordiales salutations,

Pascal Diethelm

Président, OxyRomandie

Pièce n° 4

**Message de Céline Rouèche, AFD, à Pascal Diethelm,
président d'OxyRomandie, du 7 novembre 2016**

Pascal Diethelm

From: celine.roueche@ezv.admin.ch
Sent: lundi 7 novembre 2016 16:07
To: diethelm@oxyromandie.ch
Subject: RE: COL01 RE: Statistiques sur la consommation de tabac en Suisse, année 2014/Autre question

Monsieur Diethelm,

Nous vous remercions pour votre demande concernant les informations sur les augmentations de prix du paquet.

Nous ne pouvons malheureusement pas vous donner de chiffres à ce sujet pour des questions de protection des données.

Nous nous excusons de ne pas pouvoir répondre à votre demande.

Cordiales salutations

Céline Rouèche Schenk
Spécialiste

Département fédéral des finances DFF
Administration fédérale des douanes AFD
Direction générale des douanes
Section impôts sur le tabac et sur la bière

Länggassstrasse 35, Postfach 516, 3000 Bern 9

Tél.: +41 58 463 21 76
Fax: +41 31 309 15 00
celine.roueche@ezv.admin.ch
www.ezv.admin.ch

Pièce n° 5

**Message de Pascal Diethelm, président d'OxyRomandie
à Céline Rouèche, AFD, du 7 novembre 2016**

Pascal Diethelm

From: Pascal Diethelm <diethelm@oxyromandie.ch>
Sent: lundi 7 novembre 2016 16:27
To: 'celine.roueche@ezv.admin.ch'
Subject: RE: COL01 RE: Statistiques sur la consommation de tabac en Suisse, année 2014/Autre question

Chère Madame,

Merci pour votre réponse.

Puis-je respectueusement me permettre de vous demander d'être plus explicite concernant cette notion de protection des données. Pourriez-vous en particulier nous préciser quelles restrictions prévues dans la loi vous appliquez à l'accès aux données par rapport à notre requête, et nous en donner les raisons ?

Avec mes cordiales salutations,

Pascal Diethelm

Président, OxyRomandie

Pièce n° 6

**Message de Céline Rouèche, AFD, à Pascal Diethelm,
président d'OxyRomandie, du 30 novembre 2016**

Pascal Diethelm

From: celine.roueche@ezv.admin.ch
Sent: mercredi 30 novembre 2016 13:47
To: diethelm@oxyromandie.ch
Subject: RE: COL01 RE: Statistiques sur la consommation de tabac en Suisse, année 2014/Autre question

Monsieur,

Dans le cadre d'une étude sur les stratégies de « pricing » de l'industrie suisse de la cigarette, vous désirez obtenir des informations sur l'augmentation des prix du paquet de tabac en janvier 2014, augmentation qui aurait eu des répercussions sur les entrées fiscales. Vous désirez avoir le détail de ces augmentations de prix par fabricant et par marque et sous-marque de cigarettes, avec la date d'entrée en vigueur de chacune de ces augmentations (courriel du 28 octobre 2016).

Le 7 novembre 2016, invoquant des motifs relevant de la protection des données des fabricants et importateurs de cigarettes, nous vous avons informé que nous ne pouvions répondre favorablement à votre demande. Vous nous demander des précisions quant à ce refus.

Selon l'art. 17 de la loi fédérale sur l'imposition du tabac (LTab ; 641.31), le taux d'impôt applicable aux sortes de cigares et cigarettes fabriqués en Suisse est fixé avant la production par la Direction générale des douanes (DGD) sur la base de rapports que doit présenter le fabricant conformément aux dispositions de l'ordonnance du 15 décembre 1969 réglant l'imposition du tabac (actuellement ordonnance sur l'imposition du tabac; RS 641.311). Ainsi, les fabricants annoncent à la DGD des changements de prix pour un produit qui ne sera confectionné que plusieurs jours ou plusieurs mois après ce changement. Cet impôt est déterminé sur la base de la déclaration fiscale que le fabricant ou l'exploitant de l'entrepôt fiscal agréé doit présenter mensuellement à la DGD. Cette déclaration fiscale lie le fabricant ou l'exploitant et constitue la base pour la détermination de l'impôt dans chaque cas d'espèce (art. 18 al. 1 et 2 LTab).

Ceci dit, la jurisprudence du Tribunal administratif fédéral (TAF) requiert de l'administration fédérale de se prononcer en tant que possible en application de la loi fédérale sur le principe de la transparence dans l'administration (Loi sur la transparence, LTrans ; 152.3) et ce même si la personne en quête d'information n'y fait pas spécifiquement référence. La LTrans permet à toute personne de demander à avoir accès à un ou des documents officiels en possession de l'administration fédérale. Nous vous prions de vous référer au site du Préposé fédéral à la protection des données et à la transparence (PFPDT) pour plus de précisions quant à cette loi et à la procédure à suivre (<https://www.edoeb.admin.ch/oeffentlichkeitsprinzip/00898/index.html?lang=fr>).

La LTrans fait mention d'exceptions que nous pouvons le cas échéant vous opposer en les motivant (art. 3, 4, 7 et 8 LTrans). En cas de refus de notre part de vous fournir les documents requis, vous avez la possibilité de vous adresser directement au PFPDT et d'engager une procédure en médiation pouvant aboutir en une recommandation du PFPDT, voire en une décision susceptible de recours auprès du TAF.

Dans le cas que vous nous soumettez, nous sommes à priori de l'avis que nous ne pourrions accéder favorablement à votre demande, car les documents concernés relèvent du secret d'affaires des entreprises concernées (exception selon l'art. 7 al. 1 let g LTrans). Selon la jurisprudence, il s'agit d'un secret d'affaire lorsque les quatre conditions suivantes sont réunies : il existe un lien entre le fait à garder secret et l'entreprise, le fait est relativement inconnu, le détenteur du secret a la volonté de garder l'information secrète (intérêt subjectif au maintien du secret) et il existe un intérêt légitime au maintien du secret (intérêt objectif au maintien du secret). Les secrets d'affaires peuvent porter sur tous les faits qui concernent des connaissances principalement commerciales, p. ex. des possibilités d'écoulement de la marchandise, une politique de prix et de rabais, le calcul du prix, des informations sur la situation générale des affaires et sur les intentions commerciales d'une entreprise, le chiffre d'affaires, les comptes annuels, les comptes de résultat, les bilans, les listes de clients, les sources d'approvisionnement, une stratégie de marché, des documents concernant la solvabilité d'une entreprise, des projets de recherches prévus ou en cours, des informations qui pourraient influencer sur le cours des actions de l'entreprise si elles étaient connues.

Nous restons à votre disposition pour toute précision complémentaire.

Meilleures salutations

Céline Rouèche Schenk

Spécialiste

Département fédéral des finances DFF
Administration fédérale des douanes AFD
Direction générale des douanes
Section impôts sur le tabac et sur la bière

Länggassstrasse 35, Postfach 516, 3000 Bern 9

Tél.: +41 58 463 21 76

Fax: +41 31 309 15 00

celine.roueche@ezv.admin.ch

www.ezv.admin.ch

Pièce n° 7

**Message de Pascal Diethelm, président d'OxyRomandie
à Céline Rouèche, AFD, du 7 décembre 2016**

Pascal Diethelm

From: Pascal Diethelm <diethelm@oxyromandie.ch>
Sent: mercredi 7 décembre 2016 15:13
To: 'celine.roueche@ezv.admin.ch'
Subject: Informations sur l'augmentation du prix des cigarettes, 2014-2015

Madame,

Je vous remercie pour votre réponse argumentée. Avant d'engager une procédure auprès du PFPDT, j'aimerais clarifier et réitérer notre demande, pour que nous soyons certains qu'il n'y a pas de confusion à ce sujet.

Nous ne désirons obtenir qu'une seule chose : les prix publics des paquets de cigarettes par marque et sous-marque, tels que ceux-ci sont fixés par les industriels du tabac et tels qu'ils étaient publiquement affichés aux points de vente, avec les dates d'entrée en vigueur de ces prix.

Nous ne désirons aucune des informations données en exemple dans votre message des « faits qui concernent des connaissances principalement commerciales » et qui seraient protégés par le secret des affaires, tels que « la politique de prix et de rabais des cigarettiers, le calcul du prix, des informations sur la situation générale des affaires et sur les intentions commerciales d'une entreprise », etc.

Les informations sur les prix des produits du tabac sont publiquement disponibles en France, sans que cela ne semble poser de problème de violation du secret des affaires (voir <https://www.legifrance.gouv.fr/eli/arrete/2015/5/15/FCPD1510576A/jo>).

Bien que nous ayons indiqué désirer ces informations pour janvier 2014, nous sommes plus largement intéressés par l'évolution de ces prix au cours des récentes années. Les rapports KPMG indiquent que les prix des cigarettes ont augmenté en moyenne de 5% en 2014 et de 7,2% en 2015. Ces augmentations n'ont aucune justification hormis le fait d'augmenter les profits des compagnies de tabac, qui sont déjà énormes. Pour OxyRomandie, elles sont la manifestation d'un **échec du marché**, qui pénalise à la fois la santé publique, les finances de l'État et les fumeurs.

Nous ne vous demandons pas de nous indiquer la *stratégie* de fixation des prix de l'industrie du tabac en Suisse. Nous ne désirons obtenir que les données de base sur les prix des paquets de cigarettes, pour nous permettre de les étudier statistiquement afin de voir dans quelle mesure celles-ci sont indicatives de l'échec du marché que je viens de mentionner. Si un tel échec du marché devait être établi, il y aurait un intérêt public prépondérant à le dénoncer.

Nous vous demandons respectueusement de ne pas invoquer de façon trop restrictive une règle sur le secret des affaires, ce qui protégerait indûment l'industrie du tabac, en gardant à l'esprit que leur produit tue chaque année 9'500 personnes en Suisse et qu'il y a aujourd'hui plus de 300'000 habitants de ce pays qui souffrent d'une maladie grave provoquée par le tabac.

Avant donc de porter notre requête devant le PFPDT, nous vous prions de revenir sur votre décision et de nous accorder l'accès aux informations sur les prix des paquets de cigarettes en 2014 et 2015. Nous vous saurions gré par ailleurs de conserver à la présente requête un caractère confidentiel et ne pas la communiquer aux industriels du tabac.

Avec mes meilleures salutations,

Pascal Diethelm

Président, OxyRomandie
2, rue de la Fontaine
1204 Genève

Pièce n° 8

**Message de Céline Rouèche, AFD, à Pascal Diethelm,
président d'OxyRomandie, du 15 décembre 2016**

Pascal Diethelm

From: celine.roueche@ezv.admin.ch
Sent: jeudi 15 décembre 2016 12:36
To: diethelm@oxyromandie.ch
Subject: RE: Informations sur l'augmentation du prix des cigarettes, 2014-2015

Monsieur,

Nous sommes tout à fait conscients du caractère de votre demande.

Malgré tout, comme nous vous l'avons déjà mentionné dans nos mails précédents, les données que vous aimeriez obtenir ne reflètent pas la réalité. En effet, les changements de prix des produits sont annoncés quelques jours ou semaines parfois avant leur fabrication.

Par exemple, un changement de prix du produit XY nous est annoncé le 15 janvier, ce même produit est fabriqué le 10 février et la mise en magasin a lieu le 1^{er} mars.

Nous regrettons de ne pas pouvoir accéder à votre demande car nous sommes d'avis que ces chiffres relèvent du secret d'affaire selon la LTrans.

Nous restons à disposition pour tout renseignement complémentaire.

Meilleures salutations

Céline Rouèche Schenk
Spécialiste

Département fédéral des finances DFF
Administration fédérale des douanes AFD
Direction générale des douanes
Section impôts sur le tabac et sur la bière

Länggassstrasse 35, Postfach 516, 3000 Bern 9

Tél.: +41 58 463 21 76
Fax: +41 31 309 15 00
celine.roueche@ezv.admin.ch
www.ezv.admin.ch

Pièce n° 9

**Lettre de Pascal Diethelm, président d'OxyRomandie au
Préposé fédéral à la protection des données et à la
transparence, du 4 janvier 2017
accompagnée de l'exposé de la motivation d'OxyRomandie**

Pascal Diethelm
Président, OxyRomandie
2, rue de la Fontaine
1204 Genève

Tél : 079 507 98 02
Email : diethelm@oxyromandie.ch

Préposé fédéral à la protection des
données et à la transparence
Feldeggweg 1
CH - 3003 Berne

Genève, le 4 janvier 2017

Demande en médiation (accès au document refusé)

Mesdames, Messieurs,

Par la présente, je dépose une demande en médiation conformément à l'art. 13 de la loi fédérale sur le principe de la transparence dans l'administration (LTrans, RS 152.3).

J'ai déposé une demande d'accès à des documents officiels auprès de l'Administration fédérale des douanes les 28 octobre et 7 décembre 2016. Dans sa prise de position finale du 15 décembre 2016, l'autorité compétente m'a fait savoir qu'elle envisageait de **refuser** l'accès à ces documents.

Vous trouverez ci-joint un texte motivant ma demande ainsi que la copie du mail contenant ma demande d'accès et de la prise de position de l'autorité.

En vous remerciant d'ores et déjà de votre collaboration, je vous prie de croire, Mesdames, Messieurs, à l'expression de ma parfaite considération.



Annexes

- **Motivation détaillée**
- **Copie de l'email contenant ma demande d'accès et la prise de position de l'autorité**

Demande de médiation – Motivation

Par le présent message, je me permets de déposer une demande de médiation en invoquant l'article 13, alinéa 1, lettre a de la Loi fédérale sur le principe de transparence dans l'administration (LTrans). Je m'exprime ici aussi bien en ma capacité personnelle de citoyen qu'au nom de mon association, OxyRomandie, dont je suis le président.

Vous trouverez ci-joint copie de notre récente correspondance avec l'administration fédérale des douanes (« les douanes »). Nous désirons obtenir les informations en possession des douanes sur les prix des paquets de cigarettes tels qu'ils étaient pratiqués au cours des années 2014 et 2015, avec leurs changements. Nous avons formulé une première demande le 28 octobre 2016. La réponse que les douanes nous ont adressée le 30 novembre nous signifiait leur refus de nous communiquer ces informations en invoquant le secret d'affaires des entreprises concernées, selon l'art. 7 al. 1 let g LTrans.

Cependant cette réponse nous a fait craindre une mauvaise interprétation de notre demande par les douanes. D'autre part, des recherches que nous avons effectuées entre temps nous ont amenés à généraliser notre demande, tout en la précisant. C'est ce que nous avons fait dans notre mail du 7 décembre. Dans ce mail, nous précisons notre requête de la façon suivante :

« ... nous sommes plus largement intéressés par l'évolution de ces prix au cours des récentes années. Les rapports KPMG indiquent que les prix des cigarettes ont augmenté en moyenne de 5% en 2014 et de 7,2% en 2015. Ces augmentations n'ont aucune justification hormis le fait d'augmenter les profits des compagnies de tabac, qui sont déjà énormes. Pour OxyRomandie, elles sont la manifestation d'un **échec du marché**, qui pénalise à la fois la santé publique, les finances de l'État et les fumeurs.

Nous ne vous demandons pas de nous indiquer la *stratégie* de fixation des prix de l'industrie du tabac en Suisse. Nous ne désirons obtenir que les données de base sur les prix des paquets de cigarettes, pour nous permettre de les étudier statistiquement afin de voir dans quelle mesure celles-ci sont indicatives de l'échec du marché que je viens de mentionner. Si un tel échec du marché devait être établi, Il y aurait un intérêt public prépondérant à le dénoncer.

Nous vous demandons respectueusement de ne pas invoquer de façon trop restrictive une règle sur le secret des affaires, ce qui protégerait indûment l'industrie du tabac, en gardant à l'esprit que leur produit tue chaque

année 9'500 personnes en Suisse et qu'il y a aujourd'hui plus de 300'000 habitants de ce pays qui souffrent d'une maladie grave provoquée par le tabac. »

Dans leur réponse du 15 décembre 2016, les douanes ont confirmé leur refus de nous donner accès aux informations demandées, en continuant d'invoquer le secret d'affaires selon la LTrans. Les douanes précisent par ailleurs que « les données que vous aimeriez obtenir ne reflètent pas la réalité. En effet, les changements de prix des produits sont annoncés quelques jours ou semaines parfois avant leur fabrication. Par exemple, un changement de prix du produit XY nous est annoncé le 15 janvier, ce même produit est fabriqué le 10 février et la mise en magasin a lieu le 1er mars. » Cette précision est pour nous une indication précieuse. C'est effectivement ces changements de prix qui nous intéressent. Il importe peu qu'il y ait un décalage de quelques semaines entre leur annonce aux douanes et leur mise en vigueur chez les détaillants : notre méthode d'analyse de ces données sera parfaitement capable d'intégrer ce décalage dans le temps.

Nous pensons que l'invocation du secret d'affaires par les douanes pour refuser de communiquer les informations sur les prix des cigarettes n'est pas justifiée dans le cas présent et constitue même un élément qui suscite notre inquiétude. En effet, la transparence des prix est un élément constitutif fondamental d'un libre marché concurrentiel. Au moment où il prend sa décision d'achat, le consommateur doit avoir accès à l'information sur les prix pratiqués par les différentes marques : le marché doit garantir la transparence des prix lui permettant d'effectuer sa décision d'achat après avoir comparé le prix de la marque qu'il utilise habituellement avec ceux des marques concurrentes, notamment en cas d'augmentation de ce prix. Il est incompréhensible que ce qui est à un moment t donné une information transparente, dont la divulgation n'est non seulement pas contraire au secret d'affaires, mais est une nécessité pour le bon fonctionnement du marché, devienne avec le temps soumise au secret d'affaires. Serait-ce que ces informations, qui furent publiques alors que ces prix étaient en vigueur, pourraient être révélatrices d'éléments concernant les « affaires » des compagnies de tabac en Suisse lorsque l'on examine leur évolution mutuelle dans le temps, et pourraient trahir des arrangements sur les prix de type cartellaire ? Si c'était le cas, en refusant de divulguer ces informations, les douanes protégeraient des pratiques illicites, contraires au principe du marché et de la libre concurrence, dont seraient victimes à la fois les consommateurs, mais aussi, en l'occurrence avec ce type de produit, la santé publique et les finances fédérales.

La transparence des prix des paquets de cigarettes est d'autant plus importante et nécessaire que le marché de ce produit est détenu à près de 100% par trois

grandes multinationales, qui forment un oligopole de fait. Dans une telle situation, le risque d'arrangement est énorme et la vigilance des autorités de surveillance doit être encore plus grande et l'exigence de transparence encore plus stricte. Nous craignons que l'opacité du marché nécessaire à des arrangements sur les prix des cigarettes, ne s'effectue avec la complaisance des douanes. Dans un document interne sur la stratégie à long terme de la multinationale Philip Morris, on peut lire la déclaration suivante : « *En établissant une alliance forte avec les Autorités des douanes, nous avons gagné leur soutien pour les augmentations de prix.* » Même si ce document est ancien, il est fort à craindre que cette situation perdure à l'heure actuelle.

En vertu de ce qui précède, nous vous prions de casser la décision de l'Administration fédérale des douanes de nous refuser l'information demandée.

Pièce n° 10

Recommandation du Préposé fédéral à la protection des données et à la transparence, du 6 février 2017



A2017.01.31-0011 / 2017-00022 / 31.01.2017/MM

Berne, le 6 février 2017

Recommandation
selon l'art. 14 de la loi sur la transparence
concernant la procédure de médiation entre
Oxyromandie
représentée par Pascal Diethelm, Président
(demanderesse)
et
l'Administration fédérale des douanes

I. Le Préposé fédéral à la protection des données et à la transparence constate :

1. Conformément à la loi fédérale sur le principe de la transparence dans l'administration (Loi sur la transparence, LTrans, RS 152.3), la demanderesse (association) a déposé, le 28 octobre 2016, une demande d'accès adressée à l'Administration fédérales des douanes (AFD). La demanderesse a indiqué à l'autorité qu'en janvier 2014, l'industrie suisse de la cigarette a procédé à une augmentation des prix du paquet du tabac et que, dans le cadre d'une étude sur les stratégies de « pricing » de cette industrie, il souhaitait connaître le détail de ces augmentations de prix par fabricant, par marque et sous-marque de cigarettes, avec la date d'entrée en vigueur de chacune de ces augmentations.
2. Par courriel du 7 novembre 2016 adressé à la demanderesse, l'AFD a indiqué que pour des raisons de protection des données, elle ne pouvait pas lui donner de chiffres à ce sujet. Par courriel du même jour, la demanderesse a demandé à l'AFD d'être plus explicite quant à la notion de protection des données.
3. Par courriel du 30 novembre 2016 adressé à la demanderesse, l'AFD a apporté de plus amples explications quant à la manière dont est imposé le tabac en Suisse et quant aux raisons de son refus de transmettre les documents. Elle lui a notamment indiqué que « [s]elon l'art. 17 de la loi fédérale sur l'imposition du tabac (LTab ; 641.31), le taux d'impôt applicable aux sortes de cigares et cigarettes fabriqués en Suisse est fixé avant la production par la Direction générales des douanes (DGD) sur la base de rapports que doit présenter le fabricant conformément aux dispositions de l'ordonnance du 15 décembre 1969 réglant l'imposition du tabac (actuellement ordonnance sur l'imposition du tabac ; RS 641.311). Ainsi, les fabricants annoncent à la DGD des changements de prix pour un produit qui ne sera confectionné que plusieurs jours ou plusieurs mois après ce changement. Cet impôt est déterminé sur la base de la déclaration fiscale que le fabricant ou l'exploitant de l'entrepôt fiscal agréé doit présenter mensuellement à



la DGD. Cette déclaration fiscale constitue la base pour la détermination de l'impôt dans chaque cas d'espèce (art. 18 al. 1 et 2 LTab). » L'AFD a indiqué que dans le cas d'espèce, elle était a priori de l'avis qu'elle ne pouvait accéder favorablement à la requête d'accès car les documents en question relèvent du secret d'affaires des entreprises concernées (exception selon l'art. 7 al. 1 let. g LTrans). L'autorité a également mentionné à la demanderesse les 4 conditions cumulatives requises par la jurisprudence pour qualifier une information de secret d'affaires.

4. Par courriel du 7 décembre 2016, la demanderesse a souhaité clarifier et réitérer sa demande afin d'éviter tout risque de confusion. Elle a requis l'accès aux « prix publics des paquets de cigarettes par marque et sous-marque, tels que ceux-ci sont fixés par les industriels du tabac et tels qu'ils étaient publiquement affichés aux points de vente, avec les dates d'entrée en vigueur de ces prix ». En d'autres termes, la demanderesse a demandé à pouvoir accéder « aux informations sur les prix des paquets de cigarettes en 2014 et 2015 ».
5. En date du 15 décembre 2016, l'AFD a indiqué que pour les raisons déjà évoquées dans son courriel du 30 novembre 2016, elle ne pouvait accorder l'accès aux informations désirées.
6. Suite au refus répété de l'autorité, la demanderesse a déposé une demande en médiation auprès du Préposé fédéral à la protection des données et à la transparence (Préposé) par courrier du 4 janvier 2017. Cette dernière a joint à sa demande en médiation une motivation exposant les raisons de sa demande d'accès. Elle a notamment indiqué que « la transparence des prix de cigarettes est d'autant plus importante et nécessaire que le marché de ce produit est détenu à près de 100% par trois grandes multinationales, qui forment un oligopole de fait. Dans une telle situation, le risque d'arrangement est énorme et la vigilance des autorités de surveillance doit être encore plus grande et l'exigence de transparence encore plus stricte ».
7. Par courriel du 5 janvier 2017, le Préposé a informé l'autorité du dépôt de la demande en médiation et lui a imparti un délai de 10 jours pour lui adresser les documents concernés ainsi que, si elle l'estime nécessaire, une prise de position complémentaire.
8. Le 16 janvier 2017, l'autorité a remis les documents concernés et une prise de position complémentaire au Préposé. Les documents remis sont les formulaires 50.44 et 50.45 de l'AFD que les fabricants et importateurs ont remis à l'autorité pour l'annonce des changements de prix par marque de cigarettes. Les documents portent sur les années 2014 et 2015. Dans sa prise de position complémentaire, l'autorité a indiqué qu'« au moment de l'annonce par ces formulaires [50.44 et 50.45], le fabricant ou l'importateur fixe à l'avance, soit avant la fabrication et la mise sur le marché suisse le prix de vente au détail de chaque produit. Le prix de vente au détail de chaque produit (annonce de tabac manufacturés par le fabricant ou par l'importateur) est déterminant pour le calcul de l'impôt (art. 17 et 18 de la loi fédérale sur l'imposition du tabac ; LTab ; RS 641.31). Le prix auquel chaque produit sera finalement vendu n'est ainsi pas du ressort de la section [impôts sur le tabac et sur la bière]. Les prix de vente au détail définitifs seront fixés, parfois mois après mois, par les fabricants. Il est ainsi fixé selon la stratégie de pricing et de marketing poursuivie par le fabricant ou l'importateur. Le prix de vente effectif payé par le consommateur n'est pas connu de l'AFD car les paquets de cigarettes peuvent être vendus moins cher que le prix de vente au détail annoncé sur les formulaires 50.44 et 50.45. »
9. Le 26 janvier 2017, une séance de médiation a eu lieu dans les locaux du Préposé, mais celle-ci n'a toutefois pas permis aux parties de trouver un accord. Lors de la séance, la demanderesse a toutefois précisé sa requête et a indiqué être intéressée par les annonces effectuées pour les années 2014-2015 à l'autorité par les membres de Swiss Cigarettes.
10. Les allégations de la demanderesse et de l'AFD ainsi que les documents déposés sont pris en



compte, dans la mesure où cela s'avère nécessaire, dans les considérants ci-après.

II. Le Préposé fédéral à la protection des données et à la transparence considère ce qui suit :

A. Considérants formels : Médiation et recommandation selon l'art. 14 LTrans

11. La demanderesse a déposé une demande d'accès au sens de l'art. 10 LTrans auprès de l'AFD et a reçu une réponse négative. Etant partie à la procédure préliminaire de demande d'accès, elle est légitimée à déposer une demande en médiation (art. 13 al. 1 let. a LTrans). Celle-ci a été remise selon la forme prescrite (forme écrite simple) et dans le délai légal (20 jours à compter de la réception de la prise de position de l'autorité) au Préposé (art. 13 al. 2 LTrans).
12. La procédure de médiation peut se dérouler par écrit ou par oral (en présence de tous les intéressés ou de certains d'entre eux), sous l'égide du Préposé. C'est à lui qu'il incombe de fixer les modalités.¹ Si la médiation n'aboutit pas ou si aucune solution consensuelle n'est envisageable, le Préposé est tenu par l'art. 14 LTrans de formuler une recommandation fondée sur son appréciation du cas d'espèce.

B. Considérants matériels

13. Selon l'art. 12 al. 1 de l'ordonnance sur le principe de la transparence dans l'administration (Ordonnance sur la transparence, OTrans, RS 152.31), le Préposé examine la licéité et l'adéquation de l'appréciation de la demande d'accès par l'autorité.
14. L'AFD fonde son refus d'accès sur la base de l'art. 7 al. 1 let. g LTrans qui stipule que le droit d'accès peut être limité différé ou refusé lorsque ce dernier peut révéler des secrets professionnels, d'affaires ou de fabrication. Dans sa prise de position adressée au demandeur, l'autorité lui a indiqué qu'elle était d'avis que les documents relevaient du secret d'affaires des entreprises concernées. Elle lui a également indiqué quelles sont les 4 conditions requises par la jurisprudence pour pouvoir qualifier une information de secret d'affaires. Dans sa prise de position complémentaire adressée au Préposé, l'autorité a indiqué que « les informations concernant les prix sont des données qui relèvent de la stratégie de marketing des fabricants. En vertu de l'art. 7 alinéa 1 lettre g de la LTrans, ces informations ne doivent pas être transmises à des tiers ou à des concurrents ».
15. Selon la jurisprudence, la clause d'exception prévue à l'art. 7 al. 1 let. g LTrans ne concerne pas toutes les informations commerciales, mais uniquement les données essentielles dont la divulgation provoquerait une distorsion de la concurrence. Peut être qualifié de secret, tout fait qui n'est ni notoire ni généralement accessible au public et que le maître du secret, en raison d'un intérêt justifié ne veut pas divulguer. En d'autres termes, il est admis qu'un secret d'affaires existe uniquement si l'état de fait satisfait les quatre conditions cumulatives suivantes : (a) il doit exister un lien entre l'information et l'entreprise ; (b) le fait en question doit être relativement inconnu ; (c) le détenteur du secret souhaite ne pas le révéler (intérêt subjectif au maintien du secret ; et (d) il existe un intérêt fondé au maintien du secret (intérêt objectif au maintien du secret).² Un renvoi au secret d'affaires ou des réflexions générales ne suffisent pas. Le maître du secret, respectivement l'autorité compétente doit indiquer, concrètement et en détail, dans

¹ Message relatif à la loi fédérale sur la transparence dans l'administration (Loi sur la transparence, LTrans) du 12 février 2003, FF 2003 1807 (cité : FF 2003), FF 2003 1865.

² Arrêt du TAF A-3649/2014 du 25 janvier 2016, consid. 8.2.2 et les références citées.



quelle mesure une information est protégée par le secret d'affaires.³ De plus, pour que la clause d'exception prévue à l'art. 7 al. 1 let. g LTrans trouve application, il faut que l'éventuel préjudice consécutif à la divulgation de l'information atteigne une certaine intensité et que le risque de sa survenance, selon le cours ordinaire des choses, soit hautement probable.⁴

16. Au stade de la procédure d'accès et de la procédure de médiation, l'autorité n'a pas suffisamment démontré l'existence de secrets d'affaires ni des risques pouvant découler de leur divulgation. En effet, dans ses prises de positions adressées au demandeur et au Préposé, l'AFD n'a pas évoqué l'existence d'un éventuel risque de distorsion de la concurrence pouvant découler de la transmission des documents. De plus, la simple indication au demandeur des conditions requises par la jurisprudence pour qu'une information soit protégée par le secret d'affaires ne remplit pas les exigences minimales de motivation de l'autorité.
17. Il ne ressort pas des documents que le Préposé a à sa disposition que les entreprises concernées ait été consultées à propos des secrets d'affaires. Conformément à la jurisprudence relative au droit d'être entendu (art. 29 Cst.) le Préposé recommande donc à l'autorité, par analogie à l'art. 11 LTrans, de consulter les entreprises concernées par les secrets d'affaires.⁵
18. *Conclusion intermédiaire : L'autorité n'a pas suffisamment démontré l'existence de secrets d'affaires selon l'art. 7 al. 1 let. g LTrans permettant de renverser la présomption légale d'accès figurant à l'art. 6 al. 1 LTrans. Le Préposé recommande toutefois à l'autorité de consulter les entreprises concernées par les secrets d'affaires.*
19. Au cours de la procédure d'accès et de la procédure de médiation, la question des données personnelles n'a pas été abordée par l'autorité. Le Préposé constate cependant que les documents requis contiennent des données personnelles au sens de l'art. 3 let. a de la loi fédérale sur la protection des données (LPD, RS 235.1). En principe, les documents officiels contenant des données personnelles doivent si possible être rendus anonymes (art. 9 al. 1 LTrans). S'ils ne peuvent pas l'être, la demande d'accès est examinée sur la base de l'art. 9 al. 2 LTrans en relation avec l'art. 19 LPD et l'art. 7 al. 2 LTrans. L'anonymisation est notamment impossible si la demande d'accès porte expressément sur une personne déterminée nommée dans la requête ou parce que le caviardage nécessiterait un travail disproportionné.⁶ Dans ce cas, l'accès peut être accordé s'il existe une base légale au sens de l'art. 19 al. 1 LPD ou si les conditions de l'art. 19 al. 1bis LPD sont remplies. Selon cette dernière disposition, les organes fédéraux peuvent communiquer des données personnelles en vertu de la loi sur la transparence si les données concernées sont en rapport avec l'accomplissement de tâches publiques (let. a) et la communication répond à un intérêt public prépondérant (let. b). En raison de la définition légale donnée au document officiel (art. 5 LTrans), la première condition est remplie par la simple présence de tels documents, ce qui n'est pas discuté dans le cas d'espèce.⁷
20. La deuxième condition implique pour l'autorité de procéder à une pesée des intérêts entre l'intérêt public à la transparence et l'intérêt privé à la protection des données personnelles. Lors de cette pesée des intérêts, l'intérêt à la protection des données personnelles des tiers concernés doit être pris en considération. Si l'autorité arrive à la conclusion que l'intérêt public à la transparence est prépondérant et envisage en conséquence d'accorder l'accès aux documents, elle doit alors offrir aux tiers concernés la possibilité de faire valoir leurs intérêts. A

³ Arrêt du TF 1C_50/2015 du 2 décembre 2015, consid. 5.3 ; Arrêt du TAF A-3829 du 26 novembre 2015, consid. 5.1.

⁴ Arrêt du TAF A-3649/2014 du 25 janvier 2016, consid. 8.2.1 et les références citées.

⁵ FAQ du Préposé, point 5.2.1 et les références citées disponible sous <<https://www.edoeb.admin.ch/oeffentlichkeitsprinzip/00901/00911/index.html?lang=fr>>.

⁶ FF 2003 1858.

⁷ Arrêts du TAF A-6738/2014 du 23 septembre 2015, consid. 5.1.2 et A-6054/2013 du 18 mai 2015, consid. 4.2.2.



cet effet, la loi sur la transparence prévoit à son art. 11 que l'autorité doit consulter les personnes concernées et leur donner la possibilité de se prononcer quant à l'accès aux documents. Ensuite, en tenant compte de la prise de position des tiers concernés, l'autorité doit procéder à une pesée des intérêts définitive et rendre une décision quant à l'accès aux documents.⁸ Le Préposé rappelle cependant que toute divulgation de données personnelles ne conduit pas nécessairement à une atteinte à la sphère privée au sens de l'art. 7 al. 2 LTrans. Pour que cette dernière soit réalisée, l'atteinte à la personnalité doit atteindre une certaine intensité. Il en découle que des conséquences mineures ou désagréables ne suffisent pas à faire valoir un intérêt privé prépondérant.⁹

21. Dans le cas d'espèce, les documents ne sont pas anonymisables au sens de l'art. 9 al. 1 LTrans car le demandeur souhaite également avoir accès aux données personnelles des membres de Swiss Cigarettes. L'accès doit donc être examiné au regard de l'art. 9 al. 2 LTrans en relation avec l'art. 19 al. 1bis LPD et l'art. 7 al. 2 LTrans, ce qui implique que l'autorité doit procéder à une pesée des intérêts entre l'intérêt public à la transparence et l'intérêt privé à la protection des données personnelles des entreprises concernées. Dans la motivation accompagnant sa demande en médiation, la demanderesse a indiqué que la transparence sur les prix des cigarettes étaient d'autant plus importante dans un marché où le risque d'arrangement est énorme (cf. ch. 6 de la recommandation). Le Préposé estime que cette information est un indice parlant en faveur de l'intérêt public à la transparence s'opposant, le cas échéant, aux intérêts privés à la protection des données personnelles. Si après avoir effectué la pesée des intérêts l'autorité envisage d'accorder l'accès aux documents, elle doit au préalable offrir la possibilité aux entreprises concernées de se prononcer à ce propos (art. 11 LTrans).¹⁰ A la suite de l'examen de l'accès aux données personnelles et de l'éventuelle consultation des entreprises concernées, pour des raisons d'économie de procédure, l'AFD rend directement une décision.
22. *En résumé, le Préposé arrive à la conclusion que l'AFD, lors de la procédure de médiation, n'a pas suffisamment motivé l'applicabilité du motif d'exception invoqué (art. 7 al. 1 let. g LTrans). Le Préposé recommande toutefois à l'autorité de consulter les entreprises concernées quant aux secrets d'affaires.*
En ce qui concerne les données personnelles contenues dans les documents, le Préposé recommande à l'autorité d'en examiner l'accès au regard des dispositions légales et de la jurisprudence précitées. Si elle envisage de l'accorder, elle consulte les entreprises concernées au sens de l'art. 11 LTrans. A la suite de l'examen de l'accès aux données personnelles et de l'éventuelle consultation des entreprises concernées, pour des raisons d'économie de procédure, l'AFD rend directement une décision.

III. Se fondant sur les considérants susmentionnés, le Préposé fédéral à la protection des données et à la transparence recommande ce qui suit :

23. En raison d'une motivation insuffisante pour l'application de l'art 7 al. 1 let. g LTrans par l'Administration fédérale des douanes lors de la procédure de médiation, l'accès aux documents ne peut être refusé sur la base cette disposition. L'autorité consulte toutefois les entreprises concernées à propos des secrets d'affaires.
Concernant les données personnelles contenues dans les documents, l'autorité examine si, et

⁸ Arrêt du TF 1C_137/2016 du 27 juin 2016, consid. 4.2.


⁹ Arrêt du TAF A-8073/2015 du 13 juillet 2016, consid. 6.1.3.

¹⁰ Arrêt du TF 1C_137/2016 du 27 juin 2016, consid. 4.6.



le cas échéant, dans quelle mesure les dispositions légales et la jurisprudence concernant la protection des données personnelles s'opposent à un accès aux documents. A la suite de cet examen et de l'éventuelle consultation des entreprises concernées, l'AFD rend, pour des raisons d'économie de procédure, directement une décision.

24. Dans les dix jours à compter de la réception de la recommandation, la demanderesse peut requérir que l'Administration fédérale des douanes rende une décision selon l'art. 5 de la loi fédérale sur la procédure administrative (PA, RS 172.021) si elle n'est pas d'accord avec la recommandation (art. 15 al. 1 LTrans).
25. L'Administration fédérales des douanes, si elle n'est pas d'accord avec la présente recommandation du Préposé, rend une décision selon l'art. 5 PA (art. 15 al. 2 LTrans).
26. L'Administration fédérales des douanes rend la décision dans les 20 jours à compter de la réception de la recommandation ou de la requête de décision (art. 15 al. 3 LTrans).
27. La présente recommandation est publiée. Afin de protéger les données relatives aux participants à la procédure de médiation, les noms de la demanderesse et des tiers sont anonymisés (art. 13 al. 3 OTrans).
28. La recommandation est notifiée à :
 - **Recommandé (R) avec avis de réception**
Pascal Diethelm
Rue de la Fontaine 2
1204 Genève
 - **Recommandé (R) avec avis de réception**
Administration fédérale des douanes
Monbijoustrasse 40
3003 Berne



Adrian Lobsiger

Pièce n° 11

**Lettre d'OxyRomandie à l'Administration fédérale des
douanes, du 15 février 2017
demandant à l'AFD de rendre une décision**



« Pour un monde sans tabac »

Recommandé avec avis de réception

Administration fédérale des douanes
Montbijoustrasse 40
3003 Berne

Genève, le 15 février 2017

Objet : Procédure de médiation OxyRomandie – Administration fédérale des douanes (AFD)

Madame/Monsieur,

À la suite de la séance de médiation entre OxyRomandie et l'AFD qui a eu lieu le 26 janvier dans les locaux du Préposé fédéral à la protection des données et à la transparence, ce dernier a communiqué son rapport, daté du 6 février 2017, aux parties par envoi recommandé avec avis de réception.

Au nom d'OxyRomandie, la partie demanderesse dans cette procédure, et en mon nom propre (si nécessaire), en vertu de l'art. 15 al. 1 LTrans et en référence au paragraphe 24 du rapport susmentionné, je demande à l'AFD de rendre une décision au sens de l'art. 5 PA. 1.

Dans le but d'éclairer votre décision, nous aimerions apporter ou réitérer les précisions suivantes, en partie motivées par les arguments échangés entre les parties lors de la séance de médiation du 26 janvier.

1. Les informations auxquelles nous désirons avoir accès sont celles contenues dans les formulaires 50.44, *Annonce de tabac manufacturés (importations)* et 50.45, *Annonce de tabac manufacturés (indigènes)*, qui, nous le supposons, sont saisis par l'AFD et entrés dans une base de données. En particulier, nous désirons obtenir les données pour les champs suivants :

- a. Marque
- b. Prix de vente au détail (PVD) par pièce
- c. Valable à partir du
- d. Remplace annonce du
- e. Date
- f. Maison [Firme]

La distinction entre produits *importés* et produits *indigènes* ne nous importe pas : nous ne sommes pas intéressés de savoir si l'information provient d'un formulaire 50.44 ou 50.45. Si par contre la marque n'était pas suffisante pour identifier de façon non ambiguë le produit, nous aimerions alors obtenir aussi les informations nécessaires pour lever l'ambiguïté, telles que l'abréviation, le type de tabac et le type d'emballage.

2. Nous désirons ces informations uniquement pour les marques de cigarettes - et non pour d'autres produits du tabac – annoncées par les trois multinationales présentes sur le marché suisse, BAT, JTI et PMI (regroupées dans l'association Swiss Cigarette).

3. Nous désirons étudier l'évolution des prix des cigarettes, marque par marque, en 2014 et 2015. Pour des marques existantes dont le prix a simplement augmenté pendant cette période, nous aimerions avoir accès au prix précédent, afin de calculer le montant exact de l'augmentation. Suivant les résultats de nos analyses préliminaires, il est possible que nous élargissions notre demande pour inclure des années avant 2014 et l'année 2016. Le cas échéant, nous formulerons une demande supplémentaire.

4. Nous réitérons notre argument selon lequel la publication des prix de vente au détail d'un produit n'entraîne pas une distorsion de concurrence, mais est au contraire une exigence de transparence nécessaire au libre jeu de la concurrence sur le marché. En effet, au moment où il prend sa décision d'achat, le consommateur doit avoir accès à l'information sur les prix pratiqués par les différentes marques : le marché doit garantir la transparence des prix lui permettant d'effectuer sa décision d'achat après avoir comparé le prix de la marque qu'il utilise habituellement avec ceux des marques concurrentes, notamment en cas d'augmentation de ce prix. Il est incompréhensible que ce qui est à un moment t donné une information transparente, dont la divulgation n'est non seulement pas contraire au secret d'affaires, mais est une nécessité pour le bon fonctionnement du marché, devienne, avec le temps, soumise au secret d'affaires.

5. Comme le médiateur l'a constaté, il n'est pas possible de rendre anonymes les données que nous demandons. Rendre anonymes les marques des paquets de cigarettes rendrait l'information sur leur prix de vente au détail superflue : un prix n'a aucune signification dans l'absolu si on ne connaît pas le produit auquel il s'applique.

6. Comme il l'a été relaté lors de la séance de médiation, le prix de vente au détail des paquets de cigarettes n'est pas une information secrète, mais au contraire une information qui est connue ou a été connue publiquement à un certain moment, puisque ce prix est affiché sur les linéaires dans les points de vente et est même, comme l'AFD l'a confirmé lors de la séance de médiation, imprimé sur les paquets de cigarettes.

7. Nous ne voyons pas quel intérêt il y aurait pour les entreprises concernées à garder secret les prix de vente au détail de leurs produits pratiqués au cours d'années passées, si ce n'est que l'examen de ces prix pourrait révéler des comportements de fixation des prix de ces produits qui pourraient s'assimiler à une entente de type cartellaire. Le risque d'une telle éventualité étant loin d'être nul, il est du devoir de l'AFD de ne pas protéger de tels comportements potentiels par une interprétation de la notion de secret d'affaires et de protection des données personnelles excessivement étroite.

8. Finalement, OxyRomandie est de l'avis qu'il y a un intérêt public prépondérant à ce que la transparence soit faite sur les prix des cigarettes pratiqués par les compagnies de tabac en Suisse pour prévenir et lutter contre les possibilités d'arrangement sur les prix entre ces compagnies. Selon KPMG, les compagnies de tabac ont augmenté les prix des cigarettes de 7,2% en 2014 et de 5% en 2015, alors que les taxes sur le tabac restent inchangées depuis février 2013. Rien ne justifie de telles augmentations, si ce n'est le désir des cigarettiers d'augmenter leurs profits, qui sont déjà énormes. De telles augmentations sont symptomatiques d'un sérieux dysfonctionnement du marché (*market failure*). Ainsi que l'a constaté le professeur A. Gilmore de l'Université de Bath (GB) et ses co-auteurs : "*The immense profits cigarette companies make from selling a product that kills one in two of its users is not because of some breakthrough intellectual property or other typical marketplace advantage. Rather, it is a classic example of market failure.*"¹ Ces augmentations pénalisent la santé publique, privant la prévention de son meilleur instrument de lutte contre le tabagisme que sont les augmentations fortes des taxes sur le tabac (une augmentation de

¹ Gilmore AB, Branston JB, Sweanor D. The case for OFSMOKE: how tobacco price regulation is needed to promote the health of markets, government revenue and the public. *Tobacco Control* 2010;19:423e430. doi:10.1136/tc.2009.034470

12,5% début 2015 aurait infléchi la demande de façon significative alors que deux augmentations modérées à une année d'intervalle n'ont pratiquement aucun effet sur la demande). Elles pénalisent les finances publiques, car elles produisent des recettes fiscales nettement inférieures à celles qui auraient pu être obtenues si ces augmentations avaient été la conséquence d'une augmentation des taxes. Elles pénalisent enfin les fumeurs, profitant de leur état de dépendance à la cigarette provoqué par leur addiction à la nicotine pour leur extorquer encore plus d'argent, sans aucune contrepartie : le produit après l'augmentation est strictement le même que celui avant l'augmentation.

J'espère que ces précisions vous seront utiles pour vous aider à prendre la bonne décision.

Je vous prie d'agréer, Madame/Monsieur, l'expression de mes salutations les meilleures.



Pascal A. Diethelm, Président

Copy: Préposé fédéral à la protection des données et à la transparence
Comité d'OxyRomandie

Pièce n° 12

**Formulaire 50.44 d'annonce de tabacs manufacturés
(importation) avec mise en évidence des informations
demandées par OxyRomanie**

Pièce n° 13

**Formulaire 50.45 d'annonce de tabacs manufacturés
(indigènes) avec mise en évidence des informations
demandées par OxyRomanie**

Pièce n° 14

Achats-test de paquets de cigarettes

a) Kiosque Naville b) Dépanneur

kkiosk

NAVILLE CAROUGE MIGROS M-PARC-29082

1227 CAROUGE
Tél. 022 823 00 56

Valora Schweiz AG
CHE-103.468.185 MwSt

*** COPIE DE TICKET***

	CHF
CAMEL FILTERS BOX	8.30*C
PARISIENNE JAUNE BOX FI	8.10*C
CHESTERFIELD ORIGINAL KS	8.10*C

TOTAL[3]	CHF 24.50
Cash CHF	CHF 100.00
Monnaie rendue	CHF -75.50
Montant net	CHF 22.69
C=TVA 8%	= 1.81

*Remise non autorisée pr cette position

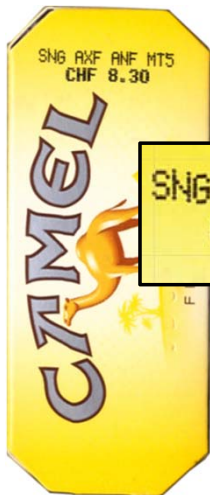
0019082170317002007662



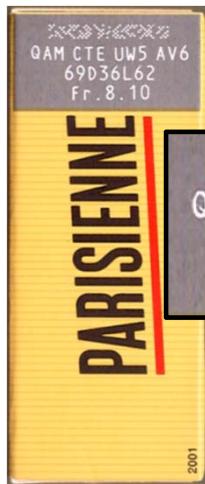
Tiroir: 21
Servi par : A. MOLINARI

Date Heure PDV Pos Cais Bon
17.03.17 15:00 29082 002 100057 7662

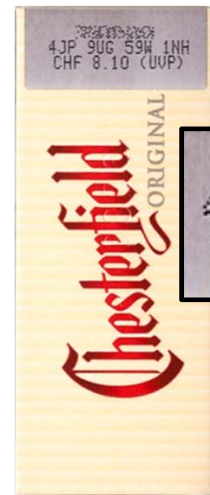
Merci de votre visite!
www.kkiosk.ch
Plus que vous ne pensez!



SNG AXF ANF MT5
CHF 8.30



QAM CTE UW5 AV6
69D36L62
Fr. 8.10



4JP 9UG 59W 1NH
CHF 8.10 (UVP)

Kiosk Naville, 17.03.2017: achat Camel Filters, Parisienne Jaune et Chesterfield Original

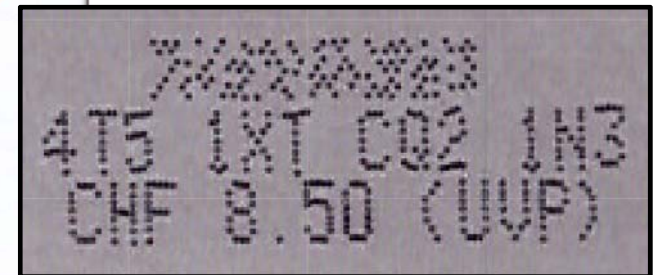
**TABAC
EPICERIE**
4, Cours de Rive
CH-1204 GENEVE

022. 310 52 75

REG 16-03-2017 18:25
C2 723952

TABAC	8.50
TVA 8%	0.63
TOTAL	8.50
	(€7.09)
ESPECES	8.50

TVA Incluse
CHE-###.###.### TVA
MERCİ DE VOTRE VISITE



Dépanneur, 16.03.2017: achat Marlboro Gold

Pièce n° 15

Liste de paquets de cigarettes en vente sur le site d'achat
en ligne Coop@Home

Extrait du site web Coop@home

(<https://www.coopathome.ch/fr/search/?text=cigarettes>)

Accès le 17.03.2017 à 17h30

The screenshot shows the Coop@home website interface. At the top left is the logo 'coop @home'. Below it, the search results are displayed: '146 résultats pour "cigarettes"'. To the right of this text is a 'Trier par:' dropdown menu set to 'Pertinence'. Below the search results header is a search bar containing the text 'cigarettes' and a magnifying glass icon. The main content area displays a grid of eight cigarette products. Each product card includes an image of the cigarette pack, the brand name, the product name, a star rating (where applicable), the total price, the price per pack, and a shopping cart icon.

Brand	Product Name	Price	Price per pack	Rating
BEACHWAY	Beachway Fine Flavor cartouche	59.50	5.95/1pce	★★★★★
Benson & Hedges	Benson & Hedges Cigarettes Blue Box carton	74.00	7.40/1pce	
Benson & Hedges	Benson & Hedges Cigarettes Classic Gold Box cartouche	87.00	8.70/1pce	
BRUNETTE	Brunette Cigarettes Alpin Soft cartouche	84.00	8.40/1pce	
BRUNETTE	Brunette Cigarettes Helvetica Soft cartouche	83.00	8.30/1pce	
CAMEL	Camel Cigarettes Blue Box cartouche	83.00	8.30/1pce	★★★★★
CAMEL	Camel Cigarettes Natural Flavor cartouche	83.00	8.30/1pce	
CAMEL	Camel Cigarettes Silver Box cartouche	83.00	8.30/1pce	



CAMEL 10pce

Camel Natural Flavor brown Box cartouche



83.00
8.30/1pce



CHESTERFIELD 10pce

Chesterfield Cigarettes Naked Leaf cartouche

[Donner votre avis](#)

75.00
7.50/1pce

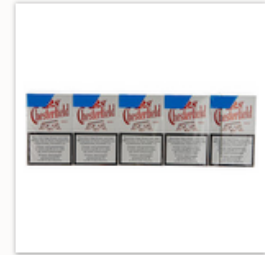


CHESTERFIELD 10pce

Chesterfield Cigarettes original cartouche



75.00
7.50/1pce



CHESTERFIELD 10pce

Chesterfield Cigarettes White Box cartouche

[Donner votre avis](#)

75.00
7.50/1pce



GM 10pce

GM Cigarettes 5.50 cartouche



55.00
5.50/1pce

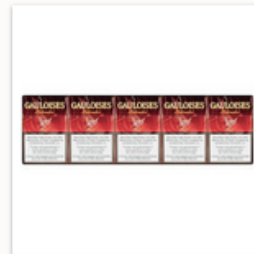


DUNHILL 10pce

Dunhill Cigarettes International Blue Flat cartouche

[Donner votre avis](#)

94.00
9.40/1pce



GAULOISES 10pce

Gauloises Cigarettes Blondes Rouges Box cartouche



81.00
8.10/1pce



GAULOISES 10pce

Gauloises Cigarettes Brunes Filte Soft cartouche

[Donner votre avis](#)

89.00
8.90/1pce



GAULOISES 10pce

Gauloises Cigarettes Brunes Soft sans filtre cartouche

[Donner votre avis](#)

87.00
8.70/1pce



GITANES 10pce

Gitanes Cigarettes Bleu Box Flat cartouche

[Donner votre avis](#)

89.00
8.90/1pce



GITANES 10pce

Gitanes Cigarettes Bleu Filter Box Flat cartouche

[Donner votre avis](#)

89.00
8.90/1pce



GM 10pce

GM 0,1 cartouche



59.50
5.95/1pce





10pce

Heimat Dunkel Brune Box Cartouche

[Donner votre avis](#)

80.00
8.00/1pce



10pce

Heimat Hell Blond Box Cartouche

[Donner votre avis](#)

80.00
8.00/1pce



10pce

Kent Cigarettes Taste+ Silver 100's Box cartouche

★★★★☆

86.00
8.60/1pce



10pce

Kent Cigarettes White 100'S Box cartouche

[Donner votre avis](#)

86.00
8.60/1pce



10pce

Kent Cigarettes White Box cartouche

★★★★☆

85.00
8.50/1pce



10pce

L&M Cigarettes Blue Label carton

[Donner votre avis](#)

74.00
7.40/1pce



10pce

L&M Cigarettes Red Box cartouche

[Donner votre avis](#)

74.00
7.40/1pce



10pce

L&M Cigarettes Silver Blue Box cartouche

[Donner votre avis](#)

73.00
7.30/1pce



10pce

Lucky Strike Cigarettes Flow Black Box cartouche

[Donner votre avis](#)

74.00
7.40/1pce



10pce

Magnum Cigarettes Full Flavor Red Box cartouche

★★★★★

59.50
5.95/1pce



10pce

Magnum Cigarettes Gold Box cartouche

★★★★★

59.50
5.95/1pce



8pce

Magnum Cigarettes Gold HB 25 Big cartouche

★★★★★

56.80
7.10/1pce





MAGNUM 10pce

Magnum Platin Box cartouche



59.50
5.95/1pce



MARLBORO 10pce

Marlboro Cigarettes 100's Box cartouche



86.00
8.60/1pce



MARLBORO 10pce

Marlboro Cigarettes Gold Box cartouche



85.00
8.50/1pce



MARLBORO 10pce

Marlboro Cigarettes Menthol Box cartouche

[Donner votre avis](#)

85.00
8.50/1pce



MARLBORO 10pce

Marlboro Cigarettes Micro Beyond Mint cartouche

[Donner votre avis](#)

80.00
8.00/1pce



MARLBORO 10pce

Marlboro Cigarettes Silver Blue Box cartouche

[Donner votre avis](#)

85.00
8.50/1pce



MARLBORO 10pce

Marlboro Cigarettes Silver Blue Box cartouche

[Donner votre avis](#)

80.00
8.00/1pce



MAROCAINE 10pce

Marocaine Cigarettes Beige Soft cartouche

[Donner votre avis](#)

83.00
8.30/1pce



MAROCAINE 10pce

Marocaine Cigarettes Extra Soft cartouche

[Donner votre avis](#)

83.00
8.30/1pce



MAROCAINE 10pce

Marocaine Cigarettes Super Soft cartouche



83.00
8.30/1pce



MARY LONG 10pce

Mary Long Cigarettes Extra Box cartouche

[Donner votre avis](#)

83.00
8.30/1pce



MARY LONG 10pce

Mary Long Cigarettes Extra Filter Soft cartouche

[Donner votre avis](#)

83.00
8.30/1pce





MARY LONG 10pce

Mary Long Cigarettes Filter Box cartouche

[Donner votre avis](#)

84.00
8.40/1pce



MARY LONG 10pce

Mary Long Cigarettes Filter Soft cartouche

[Donner votre avis](#)

83.00
8.30/1pce



MARY LONG 10pce

Mary Long Cigarettes Filtrés Doubles Soft cartouche

[Donner votre avis](#)

84.00
8.40/1pce



MARY LONG 10pce

Mary Long Cigarettes Première Box cartouche

[Donner votre avis](#)

83.00
8.30/1pce



MARY LONG 10pce

Mary Long Cigarettes Première Soft cartouche

[Donner votre avis](#)

83.00
8.30/1pce



MIRABIENNE 10pce

MiraBienne Cigarettes Orange cartouche

[Donner votre avis](#)

59.50
5.95/1pce



MIRABIENNE 10pce

MiraBienne Cigarettes Red cartouche

★★★★★

59.50
5.95/1pce



MURATTI 10pce

Muratti Cigarettes Ambassador Box cartouche

★★★★★

85.00
8.50/1pce



MURATTI 10pce

Muratti Cigarettes Ambassador Silver 100's Box

[Donner votre avis](#)

86.00
8.60/1pce



MURATTI 10pce

Muratti Cigarettes Ambassador Silver Box cartouche

[Donner votre avis](#)

85.00
8.50/1pce



MURATTI 10pce

Muratti Cigarettes Ambassador Soft cartouche

[Donner votre avis](#)

84.00
8.40/1pce



MURATTI 10pce

Muratti Cigarettes Blue 100's Box cartouche

★★★★★

86.00
8.60/1pce





MURATTI 10pce

Muratti Cigarettes Blue Box cartouche

[Donner votre avis](#)

85.00
8.50/1pce



MURATTI 10pce

Muratti Cigarettes Slims Blue 100's Box cartouche

★★★★★

86.00
8.60/1pce



AMERICAN SPIRIT 10pce

Natural American Spirit orange cartouche

★★★★★

85.00
8.50/1pce



NORTH POLE 10pce

North Pole Cigarettes Soft Filter cartouche

[Donner votre avis](#)

83.00
8.30/1pce



PALL MALL 10pce

Pall Mall Cigarettes avec cartouches Blue Box Edition limitée

[Donner votre avis](#)

74.00
7.40/1pce



PALL MALL 10pce

Pall Mall Cigarettes avec cartouches Red Box Edition limitée

★★★★★

74.00
7.40/1pce



PALL MALL 10pce

Pall Mall Cigarettes avec cartouches Silver Box Edition limitée

★★★★★

74.00
7.40/1pce



PARISIENNE 10pce

Parisienne Cigarettes Bleu Box cartouche

[Donner votre avis](#)

81.00
8.10/1pce



PARISIENNE 10pce

Parisienne Cigarettes Ciel cartouche

★★★★★

81.00
8.10/1pce



PARISIENNE 10pce

Parisienne Cigarettes Jaune Box cartouche

★★★★★

81.00
8.10/1pce



PARISIENNE 10pce

Parisienne Cigarettes jaunes soft sans cartouches 200 pièces

[Donner votre avis](#)

81.00
8.10/1pce



PARISIENNE 10pce

Parisienne Cigarettes Orange Box cartouche

★★★★★

81.00
8.10/1pce





PARISIENNE 10pce

Parisienne Cigarettes Orange Box cartouche

[Donner votre avis](#)

81.00
8.10/1pce



1pce

Parisienne Cigarettes Petite Jaune cartouche

[Donner votre avis](#)

72.00
72.00/1pce



1pce

Parisienne Cigarettes Rondo Box cartouche

★★★★★

74.00
74.00/1pce



10pce

Parisienne Cigarettes Verte Box carton

[Donner votre avis](#)

81.00
8.10/1pce



PARISIENNE 10PCE

Parisienne Yellow Soft Cigarettes without Cartridges 200 pieces

[Be the first to review](#)

81.00
8.10/1PCE



PHILIP MORRIS 10PCE

Philip Morris Classic Box Cigarette Carton

[Be the first to review](#)

85.00
8.50/1PCE



PHILIP MORRIS 10PCE

Philip Morris Classics 100's Box Cigarette Carton

[Be the first to review](#)

86.00
8.60/1PCE



PHILIP MORRIS 10PCE

Philip Morris One 100's Box Cigarette Carton

★★★★★

87.00
8.70/1PCE



PHILIP MORRIS 10PCE

Philip Morris One Box Cigarette Carton

★★★★☆

85.00
8.50/1PCE



PHILIP MORRIS 10PCE

Philip Morris Silver Box Cigarette Carton

[Be the first to review](#)

86.00
8.60/1PCE



PUEBLO 10PCE

Pueblo Cigarettes Classic Box Carton

★★★★★

69.00
6.90/1PCE



PUEBLO 10PCE

Pueblo Cigarettes Green Box Carton

[Be the first to review](#)

69.00
6.90/1PCE





VOGUE 10PCE

Vogue Superslims Bleue Box Cigarette Carton



86.00
8.60/1PCE



VOGUE 10PCE

Vogue Superslims Lilas Box Cigarette Carton



86.00
8.60/1PCE



VOGUE 10PCE

Vogue Superslims Menthe Box Cigarette Carton



86.00
8.60/1PCE



90g

Winston Blue MYO Tobacco

[Be the first to review](#)

15.90
17.67/100g



WINSTON 10PCE

Winston Blue Soft Cigarette Carton

[Be the first to review](#)

76.00
7.60/1PCE



WINSTON 10PCE

Winston Cigarettes White Cigarettes Carton

[Be the first to review](#)

81.00
8.10/1PCE



WINSTON 10PCE

Winston Classic Soft Cigarette Carton

[Be the first to review](#)

76.00
7.60/1PCE



CAMEL 10PCE

Camel Activate Box Cigarette Carton

[Be the first to review](#)

83.00
8.30/1PCE



CAMEL 10PCE

Camel Filter Box Cigarette Carton

[Be the first to review](#)

83.00
8.30/1PCE



CAMEL 10PCE

Camel Filter Soft Cigarette Carton

[Be the first to review](#)

78.00
7.80/1PCE



CAMEL 10PCE

Camel Natural Flavor Cigarettes White Box Carton

[Be the first to review](#)

83.00
8.30/1PCE



CAMEL 10PCE

Camel Orange Box Cigarette Carton

[Be the first to review](#)

83.00
8.30/1PCE





CAMEL 10PCE

Camel Regular Soft Cigarette Carton



83.00
8.30/1PCE



GAULOISES 10PCE

Gauloises Blonde Yellow Cigarette Carton

Be the first to review

81.00
8.10/1PCE



GAULOISES 10PCE

Gauloises Maryland Soft Cigarette Carton



85.00
8.50/1PCE



GAULOISES 10PCE

Gauloises Yellow Blue Cigarette Carton

Be the first to review

81.00
8.10/1PCE



KENT 10PCE

Kent Blue Futura Box Cigarettes Carton

Be the first to review

85.00
8.50/1PCE



KENT 10PCE

Kent Convertibles Cigarettes Carton



85.00
8.50/1PCE



KENT 10PCE

Kent Taste+ Menthol Box Cigarette Carton



85.00
8.50/1PCE



KENT 10PCE

Kent Taste+ Silver Box Cigarette Carton



85.00
8.50/1PCE



MARLBORO 10PCE

Marlboro Flavor Mix Red Box Cigarette Carton



85.00
8.50/1PCE



MARLBORO 10PCE

Marlboro Gold 100's Box Cigarette Carton

Be the first to review

86.00
8.60/1PCE



MARLBORO 10PCE

Marlboro Gold Beyond Box Cigarette Carton



86.00
8.60/1PCE



MARLBORO 10PCE

Marlboro Gold Soft Cigarette Carton



80.00
8.00/1PCE





MARLBORO 10PCE

Marlboro Micro Beyond Mint 100 Box Cigarette Carton

★★★★★

85.00
8.50/1PCE



MARLBORO 10PCE

Marlboro Red Box Cigarette Carton

Be the first to review

80.00
8.00/1PCE



MARLBORO 10PCE

Marlboro Red Box Cigarette Carton

★★★★★

85.00
8.50/1PCE



MARLBORO 10PCE

Marlboro Soft Cigarette Carton

Be the first to review

80.00
8.00/1PCE



MARY LONG 10PCE

Mary Long Beige Soft Cigarette Carton

Be the first to review

83.00
8.30/1PCE



PALL MALL 10PCE

Pall Mall Limited Edition White Box Cigarettes with Cartridge

★★★★★

74.00
7.40/1PCE



PARISIENNE 10PCE

Parisienne Bleue Plus Box Cigarette Carton

Be the first to review

81.00
8.10/1PCE



PARISIENNE 10PCE

Parisienne Jaune Soft Cigarette Carton

★★★★★

74.00
7.40/1PCE



10PCE

Parisienne Orange Plus Box Cigarette Carton

Be the first to review

81.00
8.10/1PCE



PARISIENNE 10PCE

Parisienne Orange Soft Cigarette Carton

Be the first to review

74.00
7.40/1PCE



PARISIENNE 10PCE

Parisienne Petite Orange Cigarette Carton

Be the first to review

76.00
7.60/1PCE



10PCE

Parisienne Rouge Box Cigarette Carton

Be the first to review

81.00
8.10/1PCE





PARISIENNE 10PCE

Parisienne Super Soft Cigarette Carton

Be the first to review

74.00
7.40/1PCE



SELECT 10PCE

Select Extra Soft Cigarette Carton

Be the first to review

87.00
8.70/1PCE



SELECT 10PCE

Select King Size Cigarette Carton

Be the first to review

87.00
8.70/1PCE



SELECT 10PCE

Select Silver Soft Cigarette Carton

★★★★★

87.00
8.70/1PCE



WINSTON 10PCE

Winston Authentic Blue Box Cigarette Carton

Be the first to review

81.00
8.10/1PCE

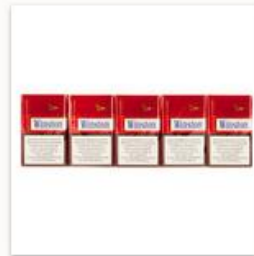


WINSTON 10PCE

Winston Blue Box Cigarette Carton

★★★★★

81.00
8.10/1PCE



WINSTON 10PCE

Winston Classic Box Cigarette Carton

★★★★★

81.00
8.10/1PCE



WINSTON 10PCE

Winston Silver Box Cigarette Carton

Be the first to review

81.00
8.10/1PCE



BEACHWAY 10PCE

Beachway Gentle Flavor Cigarette Carton

★★★★★

59.50
5.95/1PCE



10PCE

Benson & Hedges 20+1 Red Box Cigarette Carton

Be the first to review

74.00
7.40/1PCE



New product

10PCE

Benson & Hedges Red Box Cigarette Carton

Be the first to review

74.00
7.40/1PCE



BRUNETTE 10PCE

Brunette Alpine Box Cigarette Carton

Be the first to review

84.00
8.40/1PCE





BRUNETTE 10PCE

Brunette Double Filter Soft Cigarette Carton



84.00
8.40/1PCE



CHESTERFIELD 10PCE

Chesterfield Orange Box Cigarette Carton

Be the first to review

75.00
7.50/1PCE



DAVIDOFF 10PCE

Davidoff Cigarettes Gold Cigarette Carton

Be the first to review

86.00
8.60/1PCE



DUNHILL 10PCE

Dunhill International Red Flat Cigarette Carton



94.00
9.40/1PCE



L&M 10PCE

L&M Forward Box Cigarette Carton

Be the first to review

74.00
7.40/1PCE



LUCKY STRIKE 1PCE

Lucky Strike Flow White Soft Cigarette Carton



74.00
74.00/1PCE



LUCKY STRIKE 10PCE

Lucky Strike Original Red Box Cigarette Carton



83.00
8.30/1PCE



LUCKY STRIKE 10PCE

Lucky Strike Original Silver Box Cigarette Carton

Be the first to review

83.00
8.30/1PCE



MERIT 10PCE

Merit Orange Box Cigarette Carton

Be the first to review

86.00
8.60/1PCE



MIRABIENNE 10PCE

MiraBienne Yellow Cigarettes Carton



59.50
5.95/1PCE



AMERICAN SPIRIT 10PCE

Natural American Spirit Yellow Cigarette Carton



85.00
8.50/1PCE



17.95 120g

17.95 Fine Cut Cigarettes Tobacco MYO



17.95
14.96/100g





RIPS 1PCE

Rips Cigarette Filters 40 pieces

[Be the first to review](#)

2.20
2.20/1PCE



WEBER 1PCE

Rips King Size Cigarette Papers 50 pieces

[Be the first to review](#)

4.10
4.10/1PCE

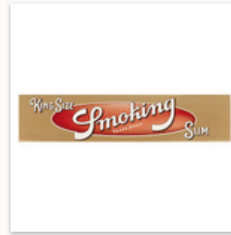


SMOKING 1PCE

Smoking King Size Blue Cigarette Papers 33 pieces

★★★★★

2.35
2.35/1PCE



SMOKING 1PCE

Smoking King Size Gold Slim Cigarette Papers 50 pieces

★★★★★

2.35
2.35/1PCE

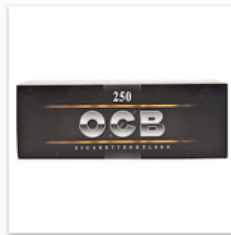


ZIG ZAG 1PCE

Zig Zag Slim Cigarette Filters 150 pieces

★★★★★

2.50
2.50/1PCE



OCB 1PCE

OCB Cigarettes Tubes with Filter 250 pieces

★★★★★

4.95
4.95/1PCE



Faites vos achats chez coop@home

[FAQ](#)

[Conditions de livraison](#)

[Modes de paiement](#)

[Conseils de conservation](#)

[Eco-conscience](#)

[Recyclage](#)

[Applications](#)

[Recettes](#)

[CGV](#)

[Protection des données](#)

Nos prestations

[Supermarché](#)

[Vin](#)

[La boutique cadeaux](#)

[Crédit de conversation](#)

[Commandes spéciales](#)

Présentation

[Sur Coop](#)

[Travailler chez Coop](#)

[Presse](#)

Nos partenaires

[La Poste](#)

[SWISS](#)

[Microspot](#)

[ITS Coop Travel](#)

[Betty Bossi](#)

[Fooby](#)

S'abonner à notre newsletter

S'abonner

Abonnez-vous aux newsletters coop@home maintenant pour bénéficier des rabais exclusifs.

Pièce n° 16

**Extrait du site Internet de Denner
Actions promotionnelles/vente avec discount de paquets
de cigarettes**

Extrait du site web de Denner

(<https://www.denner.ch/fr/actions/articleaction/list/groupfilter0/tabacs/>)

Accès le 18.03.2017 à 18h37



Sensations du week-end

17.03-18.03.2017, jusqu'à épuisement des stocks

Parisienne Rouge

Soft Pack, 10 x 20
cigarettes



Parisienne Jaune

Soft Pack, 10 x 20
cigarettes



Parisienne Orange

Soft Pack, 10 x 20
cigarettes



Parisienne Rouge

Soft Pack, 20
cigarettes



Parisienne Jaune

Soft Pack, 20
cigarettes



Parisienne Orange

Soft Pack, 20
cigarettes



Actions de la semaine

14.03-20.03.2017, jusqu'à épuisement des stocks

Marlboro Red

Box, 10 x 20
cigarettes



Marlboro Gold

Box, 10 x 20
cigarettes



Marlboro Silver Blue

Box, 10 x 20
cigarettes

