



Loi fédérale sur les produits du tabac et les cigarettes électroniques (Loi sur les produits du tabac, LPTab)

Projet

Modification du ...

L'Assemblée fédérale de la Confédération suisse,
vu le message du Conseil fédéral du 24 mai 2023¹,
arrête:

I

La loi du 1^{er} octobre 2021 sur les produits du tabac² est modifiée comme suit:

Art. 18 Restrictions de la publicité

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

- a. dans les publications de la presse écrite, sauf si celles-ci sont destinées principalement au marché étranger ou exclusivement aux professionnels de la branche;
- b. sur Internet, les applications et les autres médias électroniques si la publicité ou les indications visent le marché suisse; le Conseil fédéral fixe les critères permettant de déterminer si une publicité ou une indication d'une promotion ou d'un parrainage vise le marché suisse; l'interdiction ne s'applique pas si un système de contrôle de l'âge garantit que la publicité ou les indications ne peuvent pas atteindre les mineurs;
- c. au cinéma;
- d. sur les supports publicitaires par lesquels elles peuvent atteindre les mineurs, notamment:
 1. sur toute forme d'affichage exposé dans l'espace public ou sur des terrains privés visibles depuis l'espace public,
 2. les envois postaux publicitaires, sauf s'ils sont adressés directement à des adultes sous pli neutre;

¹ FF 2023 1478

² FF 2021 2327

e. dans les lieux accessibles au public pouvant être fréquentés par des mineurs.

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

³ L'utilisation d'une marque ou d'un ou plusieurs éléments distinctifs d'une marque de produits du tabac ou de cigarettes électroniques pour des marchandises qui n'ont aucun rapport avec de tels produits n'est pas considérée comme de la publicité, lorsque le but n'est pas de promouvoir les produits du tabac ou les cigarettes électroniques.

⁴ La publicité à la radio et à la télévision est réglementée par la loi fédérale du 24 mars 2006 sur la radio et la télévision³.

Art. 19 Restrictions de la promotion

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

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

² L'interdiction ne s'applique pas:

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

Art. 20, al. 1, let. b

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

- b. peuvent être fréquentés par des mineurs.

Art. 23, al. 3

Abrogé

Art. 23a Système de contrôle de l'âge

¹ Doit mettre en place un système de contrôle de l'âge quiconque:

- a. remet des produits du tabac ou des cigarettes électroniques au moyen d'automates ou sur Internet, des applications ou d'autres médias électroniques;

³ RS 784.40

- b. diffuse de la publicité pour des produits du tabac ou des cigarettes électroniques sur Internet, des applications ou d'autres médias électroniques.

² Les données recueillies dans le cadre du contrôle de l'âge ne peuvent être utilisées qu'à cette fin.

³ Le Conseil fédéral fixe les exigences applicables au système de contrôle de l'âge.

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

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

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

³ Le Conseil fédéral fixe les modalités de la déclaration.

Art. 30, al. 4 et 5

⁴ L'OFSP contrôle, sur Internet, les applications et les autres médias électroniques:

- a. le respect des restrictions de la publicité;
- b. la conformité aux exigences du système de contrôle de l'âge prévu pour la publicité et la remise de produits du tabac et de cigarettes électroniques.

⁵ Lorsque l'entreprise a son siège en Suisse, l'OFSP peut charger l'autorité cantonale compétente de prendre les mesures propres à éliminer une situation illégale y compris, le cas échéant, de dénoncer le cas à l'autorité de poursuite pénale.

Art. 45, al. 1, let. e^{bis} et f

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

- e^{bis}. enfreint les prescriptions de la présente loi relatives au système de contrôle de l'âge (art. 23a);
- f. enfreint les prescriptions de la présente loi relatives aux obligations de l'entreprise et aux limites à l'importation (art. 25 à 27a et 29);

II

¹ La présente loi est sujette au référendum.

² Le Conseil fédéral fixe la date de l'entrée en vigueur.

