



Publicité pour le tabac : fiche d'information

Date :

5 décembre 2025

Publicité pour le tabac : comparaison des dispositions de la loi sur les produits du tabac et de la loi révisée

En octobre 2021, le Parlement a adopté une nouvelle loi sur les produits du tabac (LPTab), qui règle entre autres la composition, le conditionnement, la vente et le contrôle des produits du tabac et des cigarettes électroniques ainsi que leur publicité. Ces dispositions sont entrées en vigueur en 2024 (1^e colonne). Les restrictions s'appliquent à tous les produits contenant du tabac ou de la nicotine, c'est-à-dire tant aux cigarettes traditionnelles qu'aux cigarettes électroniques ou à d'autres produits tels les sachets de nicotine.

En février 2022, le peuple a accepté l'initiative populaire « Oui à la protection des enfants et des jeunes contre la publicité pour le tabac », chargeant ainsi le Conseil fédéral et le Parlement d'introduire davantage de restrictions. La révision de la LPTab adoptée par le Parlement en juin 2025 ainsi que la révision en cours de l'ordonnance sur les produits du tabac (OPTab) visent à mettre en œuvre cette initiative. Ces modifications permettront de renforcer les restrictions de publicité et de les étendre, par exemple, aux points de vente et à la presse, où ces produits font aujourd'hui l'objet d'une forte publicité. Elles entreront en vigueur début 2027 (2^e colonne).

Restrictions publicitaires (principaux domaines)	Loi sur les produits du tabac, dès octobre 2024	Loi sur les produits du tabac révisée, dès début 2027
<ul style="list-style-type: none">- Publicité à la radio et à la télévision*- Publicité adressée à des mineurs	Interdites	Interdites
- Remise d'échantillons gratuits	Interdite	Interdite
<ul style="list-style-type: none">- Affiches publicitaires- Spots publicitaires au cinéma- Publicité dans et sur les bâtiments publics, sur les terrains de sports et lors de manifestations sportives- Sponsoring d'événements à caractère international	Interdits	Interdits

<p>- Sponsoring d'événements nationaux</p>	<p>Interdit si public mineur</p>	<p>Interdit si fréquenté par des mineurs, à moins que des mesures adéquates permettent de garantir que la publicité sur place n'est ni visible ni accessible pour les mineurs.</p> <p>Projet d'ordonnance : <i>mesures adéquates</i> proposées dans l'ordonnance :</p> <ul style="list-style-type: none"> - interdiction d'accès aux mineurs indiquée à l'entrée du lieu dans lequel se trouve la publicité ; - contrôle de l'âge
<p>- Annonces (presse)</p>	<p>Autorisées</p>	<p>Interdites, sauf si :</p> <ul style="list-style-type: none"> - publicité dans des publications <u>vendues majoritairement via des abonnements</u> et avec lectorat <u>d'au moins 98 % d'adultes</u> - publications destinées principalement au marché étranger ou exclusivement aux professionnels de la branche. <p>Projet d'ordonnance : ceux qui publient de la publicité doivent documenter certaines informations afin de prouver que les exigences légales sont respectées.</p>
<p>- Publicité sur Internet</p>	<p>Autorisée</p>	<p>Interdite pour les mineurs</p> <p>Projet d'ordonnance : contrôle de l'âge lors de l'accès à des sites contenant de la publicité</p>
<p>- Publicité sur le lieu de vente (kiosque)</p>	<p>Autorisée</p>	<p>Interdite</p>
<p>- Publipostages à des adultes et remise de prospectus dans des lieux réservés aux adultes</p>	<p>Autorisés</p>	<p>Autorisés</p>

* L'initiative ne concerne pas cet objet, réglé dans la loi fédérale sur la radio et la télévision (LRTV).