

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

### **Modification du 20 juin 2025**

---

*L'Assemblée fédérale de la Confédération suisse,  
vu le message du Conseil fédéral du 24 mai 2023<sup>1</sup>,  
arrête:*

#### **I**

La loi du 1<sup>er</sup> octobre 2021 sur les produits du tabac<sup>2</sup> est modifiée comme suit:

#### **Art. 18 Restrictions de la publicité**

<sup>1</sup> 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 la publicité ou les indications sont placées à l'intérieur de publications vendues majoritairement via des abonnements et dont le lectorat est composé d'au moins 98 % d'adultes ou si les publications 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 tel est le cas; 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. toute forme d'affichage dans l'espace public ou sur des terrains privés visibles depuis l'espace public,

<sup>1</sup> FF 2023 1478

<sup>2</sup> RS 818.32

- 2. les envois postaux publicitaires, sauf s'ils sont adressés directement à des adultes sous pli neutre;
- e. dans les lieux accessibles au public pouvant être fréquentés par des mineurs, à moins qu'il soit garanti que la publicité ou les indications ne sont ni visibles ni accessibles pour les mineurs.

<sup>2</sup> 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.

<sup>3</sup> 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.

<sup>4</sup> La publicité à la radio et à la télévision est régie par la loi fédérale du 24 mars 2006 sur la radio et la télévision<sup>3</sup>.

#### *Art. 19 Restrictions de la promotion*

<sup>1</sup> 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, à moins qu'il soit garanti que les restrictions visées à l'art. 18, al. 1, let. e, sont respectées.<sup>2</sup> L'interdiction ne s'applique pas:
  - a. à la promotion destinée exclusivement aux professionnels de la branche;
  - b. à la promotion directe et personnelle, destinée uniquement aux adultes, des cigares et cigarillos au moyen de dégustations et de promotions pour les clients.

#### *Art. 20, al. 1, let. b*

<sup>1</sup> Il est interdit de parrainer des événements qui se déroulent en Suisse et qui:

- b. peuvent être fréquentés 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.

#### *Art. 23, al. 3*

*Abrogé*

<sup>3</sup> RS 784.40

**Art. 23a**           Système de contrôle de l'âge

<sup>1</sup> 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;
- b. diffuse de la publicité pour des produits du tabac ou des cigarettes électroniques sur Internet, des applications ou d'autres médias électroniques.

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

<sup>3</sup> Le Conseil fédéral fixe les exigences applicables au système de contrôle de l'âge. Il tient compte des solutions retenues dans d'autres domaines prévoyant un tel système ainsi que des évolutions technologiques.

**Art. 30, al. 4 et 5**

<sup>4</sup> 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.

<sup>5</sup> 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<sup>bis</sup>**

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

- e<sup>bis</sup>. enfreint les prescriptions de la présente loi relatives au système de contrôle de l'âge (art. 23a);

**II**

<sup>1</sup> La présente loi est sujette au référendum.

<sup>2</sup> Le Conseil fédéral fixe la date de l'entrée en vigueur.

## L. sur les produits du tabac

---