

Les interdictions de la publicité pour les boissons distillées voulues pour protéger la jeunesse

La loi sur l'alcool ainsi que l'ordonnance sur les denrées alimentaires et d'autres lois contiennent de nombreuses dispositions visant directement ou indirectement à atténuer ou à interdire la publicité qui s'adresse aux enfants et aux adolescents.

Il s'agit en premier lieu des dispositions suivantes:

- 1. Article 42b, 3^e alinéa, lettre e de la loi sur l'alcool (Lalc)**
La publicité pour les boissons distillées est interdite lors de manifestations auxquelles participent surtout des enfants et des adolescents ou qui sont organisées principalement pour eux.
- 2. Slogans et représentations illicites (art. 42b, 1^{er} al. Lalc)**
La publicité pour les boissons distillées, qu'elle soit faite par le texte, l'image ou le son, ne doit contenir que des indications ou des représentations ayant directement trait au produit et à ses propriétés. Sont notamment interdits les représentations de styles de vie, les fruits animés à l'allure ou au langage comique (quelle que soit la langue) du genre : „*Sois dans le vent, essaies xyz*“.
- 3. Organisation de concours (art. 42b, 4e al. Lalc)**
La distribution gratuite de boissons en guise de lots, p. ex. lors de l'organisation de jeux dans les discos, est interdite.
- 4. Publicité sur les objets usuels qui n'ont aucun rapport avec les boissons distillées (art. 42b, 3e al., let. g Lalc)**
Ne sont pas autorisés comme supports publicitaires en premier lieu les vêtements (casquettes de base-ball, tee-shirts), mais également les accessoires de plage (bains), les engins de sport, etc.
- 5. Remise gratuite (art. 41, 1er al., let. k Lalc)**
La remise gratuite sous la forme d'une distribution d'échantillons ou d'une dégustation d'alcoops et d'autres boissons distillées à l'occasion de concerts en plein air (open-air), sur les pistes de snowboard, les terrains aménagés pour le volley de plage, etc. est interdite.
- 6. Âge de remise minimum (art. 41, 1er al., let. i Lalc)**
Il est très important de respecter l'**âge de remise minimum fixé à 18 ans**, qu'il s'agisse de la vente à l'emporter ou du débit sur place (voir également aide-mémoire 8 du service de coordination de la RFA).
- 7. Parrainage (art. 42b, 1er al. Lalc)**
La mention de la marque (du logo) sur les affiches publicitaires qui annoncent une manifestation musicale ou sportive est interdite (voir également aide-mémoire 4).

8. **Publicité sportive (art. 42b, 3e al., let. d Lalc)**
La publicité est interdite sur les terrains de sport ainsi que lors de manifestations sportives (p. ex. basket-ball de rue, snowboard (planche à neige), patinage sur piste, courses à vélo tout terrain, volley-ball de plage, etc.).
9. **Octroi ou promesse d'avantages (art. 41, 1er al., let. h et art. 42b, 2e al. Lalc)**
Sont interdites les ventes promotionnelles qui consistent, pendant une certaine période, à vendre (en magasin) ou à débiter (disco, pub, bar) les boissons spiritueuses au prix de fr. xxx au lieu de fr. yyy (voir également aide-mémoire 1 et 3).
10. **Publicité qui s'adresse aux jeunes (art. 37 de l'ordonnance sur les denrées alimentaires; ODAI) et remise de boissons contenant de l'alcool (art. 37a ODAI)**
Est interdite toute publicité pour les boissons contenant de l'alcool qui s'adresse spécialement aux jeunes de moins de 18 ans, notamment dans les magazines destinés à la jeunesse. Les boissons contenant de l'alcool doivent être présentées à la vente de telle manière qu'on ne puisse les confondre avec les boissons sans alcool. Le point de vente doit être muni d'un écriteau bien visible sur lequel figure de façon clairement lisible que la remise de boissons contenant de l'alcool est interdite aux enfants et aux jeunes. L'écriteau doit indiquer les âges seuils de remise prescrits. Les boissons contenant de l'alcool ne doivent porter aucune mention ni représentation graphique s'adressant spécialement aux jeunes âgés de moins de 18 ans.
11. **Etiquetage des boissons sucrées alcoolisées (art. 22c ODAI)**
Les boissons sucrées de toute composition, contenant plus de 0,5 % volume d'alcool éthylique (p. ex. les alcopops), susceptibles d'être confondues en raison de leurs propriétés organoleptiques avec des boissons sans alcool telles que limonades, boissons de table, nectars, jus de fruits ou ice tea, doivent porter sur l'emballage ou l'étiquette les indications suivantes :
a. „Boisson sucrée alcoolisée“ ;
b. „Contient x % vol d'alcool“.
12. **Autres dispositions**
Il y a en outre lieu de se référer aux autres dispositions de la loi sur l'alcool ainsi qu'aux autres restrictions légales qui ne sont pas citées ci-devant. C'est notamment l'article dit "sur le sirop" qui est évoqué ici. La plupart des lois cantonales sur le commerce et les établissements publics prévoient une disposition qui fixe une relation en matière de prix entre les boissons alcoolisées et les boissons sans alcool les meilleur marché.
13. **Champ d'application**
Ces restrictions de la publicité s'appliquent à toutes les boissons distillées, notamment aux produits que les adolescents apprécient plus spécialement: *prémix, alcopops et designers drinks*. Il s'agit des boissons composées d'un mélange de boisson sucrée et d'alcool éthylique, quel qu'en soit le mode de fabrication; ces spiritueux sont soumis à la législation sur l'alcool depuis le 1^{er} décembre 1997 (voir également aide-mémoire 15).

Vous pouvez également consulter dans Internet certaines informations concernant la loi sur l'alcool (Lalc, RS 680) et les dispositions régissant la publicité en faveur des produits alcooliques.

Choisissez le site: <http://www.eav.admin.ch>

Affiches pour les points de vente, les entreprises de la restauration, etc.

En vigueur depuis le 1^{er} mai 2002, l'ordonnance sur les denrées alimentaires (ODA) prescrit que les âges seuils de remise et de vente de boissons alcooliques aux jeunes doivent être communiqués à toute la clientèle par voie d'affiches bien visibles sur les points de vente.

Ces affiches peuvent être commandées à l'adresse suivante:

Institut suisse de prévention de l'alcoolisme et autres toxicomanies (ISPA),

case postale 870, 1001 Lausanne

tél. 021/321 29 35

fax 021/321 20 40

e-mail librairie@sfa-ispa.ch

Un modèle d'affiche peut être téléchargé directement sous l'adresse

www.gastroprofessional.ch.

Berne, le 4 novembre 2002