

Loi fédérale sur le commerce des boissons alcooliques (Loi sur le commerce de l'alcool, LCal)

Projet

du ...

L'Assemblée fédérale de la Confédération suisse,
vu les art. 95, al. 1, 105 et 118, al. 2, let. a, de la Constitution¹,
vu le message du Conseil fédéral du 25 janvier 2012²,
arrête:

Section 1 But et définitions

Art. 1 But

La présente loi règle le commerce des boissons alcooliques dans le but:

- a. de réduire la consommation problématique d'alcool et les dommages qui peuvent en résulter;
- b. de protéger en particulier la jeunesse.

Art. 2 Objet et champ d'application

¹ La présente loi fixe les règles en matière de boissons alcooliques applicables:

- a. à la publicité;
- b. au débit et au commerce de détail dans la mesure où ils n'ont pas lieu dans un cadre privé.

² Sont réservées les dispositions concernant la publicité selon la loi fédérale du 24 mars 2006 sur la radio et la télévision (LRTV)³.

³ Le Conseil fédéral peut soumettre d'autres produits alcooliques à la loi, si ceux-ci ont un effet problématique sur la santé comparable aux boissons alcooliques.

Art. 3 Définitions

Au sens de la présente loi, on entend par:

- a. *boisson alcoolique*: toute boisson dont la teneur en éthanol excède 0,5 % du volume;

1 RS 101
2 FF 2012 1111
3 RS 784.40

- b. *éthanol*: l'alcool éthylique (C₂H₅OH) sous toutes ses formes, quel que soit son mode de fabrication et d'utilisation; tout autre alcool susceptible de servir à la consommation humaine et de remplacer l'alcool éthylique est réputé éthanol selon les buts visés par la présente loi;
- c. *boisson spiritueuse*: boisson alcoolique contenant de l'éthanol obtenu par distillation ou par un autre procédé technique; sont également réputées boissons spiritueuses selon les buts visés par la présente loi:
 - 1. l'éthanol pur ou dilué, propre à la consommation humaine,
 - 2. les boissons dont la teneur en alcool excède 18 % du volume, obtenues uniquement par fermentation;
- d. *débit de boissons*: la remise de boissons alcooliques à consommer sur place dans les établissements de la restauration, les bars, les dancings ainsi que dans les autres établissements de la restauration et de l'hôtellerie;
- e. *commerce de détail*: la remise professionnelle de boissons alcooliques au consommateur qui n'a pas lieu dans un débit de boissons;
- f. *achat test*: action d'achat d'une boisson alcoolique par un adolescent à la demande d'un particulier ou d'une autorité alors que la boisson ne doit pas lui être remise compte tenu de son âge.

Section 2 Interdictions de publicité

Art. 4 Publicité pour les boissons spiritueuses

¹ La publicité pour les boissons spiritueuses est interdite:

- a. lorsqu'elle:
 - 1. montre une situation dans laquelle des boissons spiritueuses sont consommées,
 - 2. associe les boissons spiritueuses à un sentiment de richesse, de succès, de santé, de sportivité, de jeunesse, de sociabilité, de vacances, d'ivresse ou à un sentiment analogue;
- b. sur les supports suivants:
 - 1. sur les objets usuels qui ne contiennent pas de boissons spiritueuses ou n'ont aucun rapport avec elles,
 - 2. dans et sur les véhicules des transports publics,
 - 3. dans les journaux, magazines ou autres publications ainsi que dans les médias et les supports médiatiques qui s'adressent principalement aux personnes de moins de 18 ans,
 - 4. à la radio et à la télévision;
- c. dans les lieux suivants:
 - 1. dans et sur les bâtiments ou parties de bâtiments destinés à des usages publics et sur l'aire qui en dépend,
 - 2. sur les places de sport et lors de manifestations sportives,

3. dans les lieux fréquentés principalement par des personnes de moins de 18 ans et lors de manifestations auxquelles participent principalement des personnes de moins de 18 ans;

d. au moyen de comparaisons de prix ou de promesses de cadeaux et d'autres avantages.

² Les cantons peuvent interdire la publicité dans d'autres lieux, si le bien public l'exige.

³ Les interdictions selon l'al. 1 s'appliquent aussi aux contenus correspondants transmis par voie électronique dans lesquels il est fait de la publicité pour des boissons spiritueuses, par exemple par le biais de jeux électroniques ou de films sur internet.

Art. 5 Publicité pour les autres boissons alcooliques

¹ La publicité pour les autres boissons alcooliques est interdite:

a. lorsqu'elle:

1. incite les mineurs à consommer de telles boissons,
2. associe une personne ayant l'apparence d'un mineur à la consommation de boissons alcooliques;

b. sur les supports publicitaires suivants:

1. les objets usuels qui sont destinés principalement à des mineurs,
2. dans les journaux, magazines ou autres publications ainsi que dans les médias et les supports médiatiques qui s'adressent principalement à des mineurs;

c. dans les lieux fréquentés principalement par des mineurs et lors de manifestations auxquelles participent principalement ces personnes.

² Les cantons peuvent interdire la publicité dans d'autres lieux, si le bien public l'exige.

³ Les interdictions selon l'al. 1 s'appliquent aussi aux contenus correspondants transmis par voie électronique dans lesquels il est fait de la publicité pour des boissons alcooliques, par exemple par le biais de jeux électroniques ou de films sur internet.

Section 3 Remise aux consommateurs

Art. 6 Obligation d'annoncer un débit de boissons ou un commerce de détail

¹ L'exercice du débit ou du commerce de détail de boissons alcooliques est subordonné à l'obligation d'annoncer cette activité auprès de l'autorité cantonale compétente.

² Une annonce au sens de l'art. 17a, al. 2, de la loi du 9 octobre 1992 sur les denrées alimentaires (LDAI)⁴ est considérée comme une annonce selon la présente loi, pour autant qu'elle se rapporte au débit de boissons ou au commerce de détail.

³ Les cantons peuvent prescrire en plus une autorisation.

Art. 7 Limites d'âge

¹ La remise de boissons spiritueuses à des personnes âgées de moins de 18 ans est interdite, de même que la remise d'autres boissons alcooliques à des personnes âgées de moins de 16 ans.

² Est également interdite la transmission dans le dessein de contourner la limite d'âge prescrite.

Art. 8 Prescriptions relatives à l'offre

¹ Les boissons alcooliques doivent être offertes à la vente dans le commerce de détail de manière bien distincte des boissons non alcooliques.

² L'interdiction de remettre des boissons alcooliques aux enfants et aux adolescents doit être indiquée de manière bien visible dans les débits de boissons et les commerces de détail. Elle doit mentionner les limites d'âge selon l'art. 7, al. 1, l'interdiction de transmission selon l'art. 7, al. 2, ainsi que les conséquences pénales d'une infraction.

Art. 9 Obligation d'offrir des boissons sans alcool

Les débits de boissons doivent offrir à la vente au moins trois sortes de boissons sans alcool:

- a. qui sont moins chères que la boisson alcoolique la meilleur marché et
- b. qui sont offertes de manière équivalente aux boissons alcooliques.

Art. 10 Interdiction d'octroyer des avantages et restrictions horaires au commerce des boissons alcooliques

¹ L'octroi de cadeaux ou d'autres avantages lors de la remise des boissons spiritueuses est interdit.

² Sont interdits entre 22.00 heures et 06.00 heures:

- a. l'octroi de cadeaux ou d'autres avantages lors du débit des autres boissons alcooliques;
- b. le commerce de détail de boissons alcooliques de toute sorte.

⁴ RS 817.0

Art. 11 Restrictions supplémentaires des cantons

Les cantons peuvent adopter des restrictions au commerce des boissons alcooliques supplémentaires à celles prévues aux art. 7 à 10.

Art. 12 Interdictions du débit et du commerce de détail
sur les routes nationales

Le débit de boissons alcooliques ainsi que le commerce de détail sont interdits sur les aires de repos et les installations annexes aux routes nationales.

Art. 13 Achats tests

¹ Les autorités chargées de l'exécution de la présente loi peuvent effectuer ou ordonner des achats tests afin de vérifier si les limites d'âge prescrites pour la remise de boissons alcooliques sont respectées.

² Les résultats des achats tests ne peuvent être utilisés dans des procédures pénales et administratives que si:

- a. les adolescents enrôlés et les personnes qui détiennent l'autorité parentale sur ceux-ci ont donné leur accord écrit quant à leur participation aux achats tests;
- b. les achats tests ont été organisés par les autorités ou une organisation spécialisée reconnue;
- c. il a été examiné que les adolescents enrôlés conviennent pour l'engagement prévu et qu'ils y ont été suffisamment préparés;
- d. les adolescents ont rempli leur tâche de manière anonyme et ont été accompagnés par un adulte;
- e. aucune mesure n'a été prise pour dissimuler l'âge réel des adolescents;
- f. les achats tests ont été immédiatement protocolés et documentés.

³ Le Conseil fédéral règle en particulier:

- a. la reconnaissance et la surveillance des organisations spécialisées impliquées;
- b. les modalités concernant l'engagement, l'instruction, l'accompagnement et la protection de la personnalité des adolescents participants;
- c. les exigences liées au protocole et à la documentation des achats tests effectués;
- d. la communication des résultats aux points de vente concernés.

Section 4 Aides financières

Art. 14

¹ Afin de réduire la consommation problématique d'alcool, la Confédération peut accorder des aides financières pour soutenir des organisations et des projets d'intérêt national ou suprarégional.

² Le Conseil fédéral règle:

- a. les conditions d'octroi des aides financières;
- b. le montant des aides financières;
- c. la procédure d'octroi des aides financières.

³ Le Conseil fédéral peut charger un organe compétent d'attribuer tout ou partie des aides financières.

Section 5 Dispositions pénales

Art. 15 Inobservation des prescriptions relatives à la publicité et à la remise aux consommateurs

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

- a. enfreint les prescriptions concernant la limitation de la publicité prévues aux art. 4 et 5;
- b. contrevient aux prescriptions relatives à la remise aux consommateurs prévues aux art. 6 à 10, ainsi qu'à l'art. 12.

² Si l'auteur agit par négligence, la peine est une amende de 20 000 francs au plus.

Art. 16 Inobservation de prescriptions d'ordre

¹ Quiconque, intentionnellement ou par négligence, enfreint une disposition d'exécution dont l'inobservation est déclarée punissable ou une décision rendue à son endroit et signifiée sous la menace de la peine prévue par la présente disposition est puni d'une amende de 5000 francs au plus.

² Les infractions de peu de gravité peuvent être réprimées par un avertissement, le cas échéant sous suite de frais.

Art. 17 Infractions commises dans une entreprise

Si l'amende prévisible n'excède pas 20 000 francs et si l'enquête ne permet pas de déterminer les personnes punissables en vertu de l'art. 6 de la loi fédérale du 22 mars 1974 sur le droit pénal administratif (DPA)⁵ ou si elle implique des mesures

⁵ RS 313.0

d'instruction disproportionnées, l'autorité peut renoncer à poursuivre ces personnes et condamner l'entreprise au paiement de l'amende à leur place.

Art. 18 Poursuite pénale

¹ Il appartient aux cantons de poursuivre et de juger les infractions selon l'art. 15, al. 1, let. b. Les art. 6 à 8 DPA⁶ sont également applicables par les autorités cantonales chargées de poursuivre et de juger les infractions à la présente loi.

² La poursuite et le jugement des autres infractions incombent à l'administration des douanes, selon les dispositions de la DPA.

Section 6 Mesures administratives

Art. 19

En cas de violations répétées ou graves des art. 7 à 10 et 12, l'autorité cantonale compétente peut retirer momentanément ou durablement l'autorisation d'exercer le débit de boissons ou le commerce de détail de boissons alcooliques.

Section 7 Dispositions finales

Art. 20 Exécution

¹ Le Conseil fédéral édicte les dispositions d'exécution.

² Il désigne l'autorité chargée de l'exécution de la présente loi.

Art. 21 Evaluation

¹ Un groupe d'experts composé paritairement de représentants de l'économie, de la prévention et des autorités fédérales, cantonales et communales évalue au plus tard cinq ans après son entrée en vigueur les effets des mesures prévues par la présente loi.

² Elle établit à l'intention du Conseil fédéral un rapport sur les conséquences induites par la loi et présente des propositions quant aux mesures à prendre.

Art. 22 Abrogation et modification du droit en vigueur

L'abrogation et la modification du droit en vigueur sont réglées en annexe.

Art. 23 Dispositions transitoires

¹ Les décisions entrées en force selon l'ancien droit ne sont pas touchées par le nouveau droit.

⁶ RS 313.0

² Le nouveau droit est applicable aux procédures de recours et aux procédures administratives pendantes.

Art. 24 Coordination avec la loi sur l'imposition des spiritueux

¹ Si la loi fédérale du ... sur l'imposition des boissons spiritueuses et de l'éthanol (Limpspi)⁷ n'entre pas en vigueur en même temps que la présente loi, le Conseil fédéral édicte les dispositions nécessaires relevant du droit sur les boissons spiritueuses et l'éthanol jusqu'à l'entrée en vigueur d'une réglementation légale et désigne l'autorité chargée de l'exécution de ces dernières.

² Dans ce cas, il se fonde dans la mesure du possible sur le droit existant.

Art. 25 Référendum et entrée en vigueur

¹ La présente loi est sujette au référendum.

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

⁷ FF 2012 1265

Abrogation et modification du droit en vigueur

I

La loi fédérale du 21 juin 1932 sur l'alcool⁸ est abrogée.

II

Les lois mentionnées ci-après sont modifiées comme suit:

1. Loi fédérale du 20 décembre 1957 sur les chemins de fer⁹

Art. 39, al. 3

³ Les services définis comme entreprises accessoires par les entreprises ferroviaires sont soumis aux dispositions cantonales et communales en matière de police du commerce, de police sanitaire et économique de même qu'aux réglementations sur les rapports de travail déclarées obligatoires par les autorités compétentes. Les règlements concernant l'ouverture et de fermeture ne sont pas applicables à l'exception des réglementations cantonales plus restrictives concernant les heures de vente de boissons alcooliques selon l'art. 11 loi fédérale du ... sur le commerce de l'alcool¹⁰.

2. Loi fédérale du 24 mars 2006 sur la radio et la télévision¹¹

Art. 10, al. 1, let. b

¹ Est interdite la publicité pour:

- b. les boissons spiritueuses au sens de l'art. 3, let. c de la loi fédérale du ... sur le commerce de l'alcool¹²; le Conseil fédéral édicte d'autres restrictions visant à protéger la santé et la jeunesse;

⁸ RS 6 857, RO 48 425, 54 953, 60 689, 1950 72, 1967 1485, 1968 83, 1969 767, 1970 529, 1974 1857, 1978 391, 1982 694, 1985 1965, 1991 857, 1994 1634, 1995 1833 3517, 1997 379, 1998 3033, 1999 1730, 2003 3543, 2004 455, 2005 945, 2006 2197, 2007 1411 5779, 2008 2265, 2010 2617, 2011 1743

⁹ RS 742.101

¹⁰ FF 2012 1291

¹¹ RS 784.40

¹² FF 2012 1291

3. Loi fédérale du 9 octobre 1992 sur les denrées alimentaires¹³

Art. 48, al. 1, let. 1

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

1. enfreint les restrictions fondées sur la présente loi concernant la publicité en faveur du tabac;

Art. 60 Disposition transitoire

Le Conseil fédéral peut restreindre la publicité en faveur du tabac destinée spécialement aux personnes de moins de 18 ans, jusqu'à ce que des dispositions particulières soient introduites dans la présente loi. Les restrictions à la réclame fixées par la loi fédérale du 24 mars 2006 sur la radio et la télévision¹⁴ sont réservées.

4. Loi fédérale du 23 mars 2001 sur le commerce itinérant¹⁵

Art. 11, titre et al. 1 et 2

Restrictions relatives à certaines marchandises et certains services

¹ *Abrogé*

² Le Conseil fédéral peut, pour des motifs de police, restreindre l'offre d'autres marchandises ou services ou les exclure du commerce itinérant.

¹³ RS 817.0

¹⁴ RS 784.40

¹⁵ RS 943.1