Legge federale sul commercio di bevande alcoliche (Legge sul commercio dell'alcol, LCAIc)

Disegno

del ...

L'Assemblea federale della Confederazione Svizzera,

visti gli articoli 95 capoverso 1, 105 e 118 capoverso 2 lettera a della Costituzione federale¹;

visto il messaggio del Consiglio federale del 25 gennaio 2012²,

decreta:

Sezione 1: Scopo e definizioni

Art. 1 Scopo

La presente legge disciplina il commercio di bevande alcoliche allo scopo di:

- a. ridurre il consumo problematico di alcol e i danni che ne possono derivare;
- b. proteggere in particolare la gioventù.

Art. 2 Oggetto e campo d'applicazione

¹ La presente legge disciplina per quanto concerne le bevande alcoliche:

- a. la pubblicità;
- b. la mescita e il commercio al dettaglio che avvengono al di fuori della cerchia privata.

² Sono fatte salve le prescrizioni sulla pubblicità previste nella legge federale del 24 marzo 2006³ sulla radiotelevisione.

³ Il Consiglio federale può assoggettare alla presente legge altri prodotti contenenti alcol che hanno effetti problematici sulla salute paragonabili a quelli delle bevande alcoliche.

Art. 3 Definizioni

Nella presente legge si intende per:

- a. *bevanda alcolica*: una bevanda che contiene oltre lo 0,5 per cento in volume di etanolo;

¹ RS 101

² FF 2012 1043

³ RS 784.40

- b. *etanolo*: alcol etilico (C₂H₅OH) in tutte le sue forme e qualunque ne sia il modo di produzione e utilizzazione; qualsiasi altro tipo di alcol idoneo al consumo umano e atto a sostituire l'alcol etilico è considerato etanolo ai sensi della presente legge;
- c. *bevanda spiritosa*: una bevanda alcolica contenente etanolo ottenuto mediante distillazione o altri procedimenti tecnici; sono altresì considerati bevande spiritose ai sensi della presente legge:
 - 1. l'etanolo allo stato puro o diluito, destinato al consumo umano,
 - 2. le bevande con un tenore alcolico superiore al 18 per cento in volume, il cui alcol è stato ottenuto esclusivamente mediante fermentazione;
- d. *mescita*: la consegna di bevande alcoliche destinate al consumo immediato e sul posto nelle imprese della ristorazione, bar, dancing e altre imprese del settore gastronomico e alberghiero;
- e. *commercio al dettaglio*: la consegna a titolo commerciale di bevande alcoliche ai consumatori al di fuori dell'ambito della mescita;
- f. *test d'acquisto*: un test nell'ambito del quale un giovane, su incarico di privati o autorità, prova ad acquistare una bevanda alcolica che non può essergli consegnata a causa dei limiti di età imposti dalla legge.

Sezione 2: Divieti di pubblicità

Art. 4 Pubblicità per le bevande spiritose

¹ È vietata la pubblicità per le bevande spiritose:

- a. concepita in modo tale da:
 - 1. mostrare situazioni di consumo di bevande spiritose,
 - 2. associare le bevande spiritose a sensazioni di benessere legate a situazioni di vita particolari quali ricchezza, successo, salute, sportività, giovinezza, convivialità, svago vacanziero, ebbrezza o simili;
- b. sui seguenti supporti pubblicitari:
 - 1. sugli oggetti d'uso che non contengono bevande spiritose e non hanno alcuna connessione con esse,
 - 2. all'interno e all'esterno di mezzi di trasporto pubblici,
 - 3. nei giornali, nelle riviste o altre pubblicazioni nonché nei media e contenitori mediatici destinati principalmente ai minori,
 - 4. alla radio e alla televisione,
- c. nei seguenti luoghi:
 - 1. all'interno e all'esterno di edifici o parti di edifici destinati a scopi pubblici e nella loro area,
 - 2. nei campi sportivi e in occasione di manifestazioni sportive,

3. nei luoghi frequentati principalmente dai minori, nonché nell'ambito di manifestazioni cui partecipano principalmente i minori.

d. che riporta confronti di prezzi o promette accessori in omaggio o altre agevolazioni.

² I Cantoni possono designare ulteriori luoghi in cui vietare la pubblicità, qualora il bene pubblico lo richieda.

³ I divieti di cui al capoverso 1 si applicano anche ai corrispondenti contenuti trasmessi elettronicamente nei quali sono pubblicizzate bevande spiritose, quali giochi per computer o film in Internet.

Art. 5 Pubblicità per le altre bevande alcoliche

¹ È vietata la pubblicità per le altre bevande alcoliche:

a. concepita in modo tale da:

1. incoraggiare i minori a bere tali prodotti,

2. associare persone che hanno l'aspetto di un minore al consumo di bevande alcoliche;

b. sui seguenti supporti pubblicitari:

1. sugli oggetti d'uso destinati principalmente ai minori,

2. nei giornali, nelle riviste o altre pubblicazioni, nonché nei media e contenitori mediatici destinati principalmente ai minori;

c. nei luoghi frequentati principalmente da minori, nonché nell'ambito di manifestazioni cui partecipano principalmente i minori.

² I Cantoni possono designare ulteriori luoghi in cui vietare la pubblicità, qualora il bene pubblico lo richieda.

³ I divieti di cui al capoverso 1 si applicano anche ai corrispondenti contenuti trasmessi elettronicamente nei quali sono pubblicizzate bevande alcoliche, quali giochi su computer o film in Internet.

Sezione 3: Consegna ai consumatori

Art. 6 Obbligo di annuncio per la mescita e il commercio al dettaglio

¹ Per esercitare la mescita o il commercio al dettaglio di bevande alcoliche occorre annunciarsi all'autorità cantonale competente.

² Se menzionano la mescita o il commercio al dettaglio di bevande alcoliche, gli annunci effettuati conformemente all'articolo 17a capoverso 2 della legge del 9 ottobre 1992⁴ sulle derrate alimentari sono considerati annunci ai sensi della presente legge.

³ I Cantoni possono inoltre prescrivere un'autorizzazione.

⁴ RS 817.0

Art. 7 Restrizioni alla consegna in funzione dell'età

¹ Le bevande spiritose non possono essere consegnate a persone di età inferiore ai 18 anni, le altre bevande alcoliche a persone di età inferiore ai 16 anni.

² È altresì vietato il passaggio di bevande alcoliche a tali persone con l'intento di aggirare le restrizioni in funzione dell'età.

Art. 8 Prescrizioni sull'offerta

¹ Nel commercio al dettaglio le bevande alcoliche sono messe in vendita in modo tale da poter essere chiaramente distinte dalle bevande analcoliche.

² Nella mescita e nel commercio al dettaglio si indica in modo ben visibile che è vietata la consegna di bevande alcoliche a fanciulli e giovani. A tal fine si menzionano l'età minima per la consegna di cui all'articolo 7 capoverso 1, il divieto di passaggio di cui all'articolo 7 capoverso 2, nonché le conseguenze penali di un'infrazione.

Art. 9 Obbligo di offrire bevande analcoliche

Le mescite offrono almeno tre bevande analcoliche di diverso tipo che:

- a. costano meno della bevanda alcolica meno cara; e
- b. sono offerte allo stesso modo delle bevande alcoliche.

Art. 10 Divieto di agevolazioni e restrizioni orarie al commercio di bevande alcoliche

¹ La concessione di accessori in omaggio o altre agevolazioni sulle bevande spiritose è vietata.

² Fra le ore 22.00 e le ore 06.00 sono vietati:

- a. la concessione di accessori in omaggio o altre agevolazioni sulle altre bevande alcoliche nella mescita;
- b. il commercio al dettaglio di bevande alcoliche di qualsiasi tipo.

Art. 11 Restrizioni ulteriori dei Cantoni

I Cantoni possono prevedere restrizioni al commercio più severe di quelle previste negli articoli 7–10.

Art. 12 Divieto di mescita e di commercio al dettaglio lungo le strade nazionali

Negli impianti accessori e nelle aree di sosta situati lungo le strade nazionali sono vietati la mescita e il commercio al dettaglio di bevande alcoliche.

Art. 13 Test d'acquisto

¹ Al fine di verificare il rispetto delle restrizioni alla consegna in funzione dell'età, le autorità competenti per l'esecuzione della presente legge possono eseguire o ordinare test d'acquisto.

² I risultati dei test d'acquisto possono essere utilizzati nell'ambito di procedimenti penali o amministrativi solo se sono adempiute le seguenti condizioni:

- a. i giovani coinvolti e i detentori dell'autorità parentale hanno acconsentito per scritto alla partecipazione ai test d'acquisto;
- b. i test d'acquisto sono stati effettuati da autorità o da organizzazioni specializzate riconosciute;
- c. i giovani coinvolti sono stati esaminati al fine di accertare se sono idonei per l'impiego previsto e sono stati sufficientemente preparati;
- d. durante lo svolgimento dei test i giovani hanno operato nell'anonimato e sono stati accompagnati da un adulto;
- e. non è stato adottato alcun provvedimento per dissimulare l'età anagrafica dei giovani;
- f. il test d'acquisto è stato immediatamente verbalizzato e documentato.

³ Il Consiglio federale disciplina in particolare:

- a. il riconoscimento e la sorveglianza delle organizzazioni specializzate coinvolte;
- b. i particolari relativi al reclutamento, all'istruzione, all'accompagnamento e alla protezione della personalità dei giovani coinvolti;
- c. i requisiti relativi alla verbalizzazione e alla documentazione dei test d'acquisto eseguiti;
- d. la comunicazione dei risultati ai punti di vendita interessati.

Sezione 4: Aiuti finanziari

Art. 14

¹ Per ridurre il consumo problematico di alcol, la Confederazione può sostenere organizzazioni e progetti di interesse nazionale o sovragiornale mediante aiuti finanziari.

² Il Consiglio federale disciplina:

- a. le condizioni per la concessione degli aiuti finanziari;
- b. l'importo degli aiuti finanziari;
- c. la procedura per la concessione degli aiuti finanziari.

³ Il Consiglio federale può affidare, in tutto o in parte, il versamento degli aiuti finanziari a un servizio idoneo.

Sezione 5: Disposizioni penali

Art. 15 Inosservanza delle prescrizioni sulla pubblicità e sulla consegna ai consumatori

¹ È punito con una multa sino a 40 000 franchi chiunque:

- a. contravviene alle disposizioni sulla restrizione della pubblicità di cui agli articoli 4 e 5;
- b. viola le disposizioni sulla consegna di cui agli articoli 6–10 e 12.

² Se l'autore ha agito per negligenza, la pena è la multa sino a 20 000 franchi.

Art. 16 Inosservanza di prescrizioni d'ordine

¹ Chiunque, intenzionalmente o per negligenza, contravviene a una disposizione d'esecuzione la cui violazione è dichiarata punibile sotto la comminatoria della pena prevista dalla presente disposizione o a una decisione notificatagli sotto la comminatoria della pena prevista dalla presente disposizione è punito con la multa sino a 5000 franchi.

² Le infrazioni di lieve entità possono essere sanzionate mediante ammonimento; le spese possono essere addossate al contravventore.

Art. 17 Infrazioni commesse nell'azienda

Se la multa applicabile non supera i 20 000 franchi e le persone punibili in virtù dell'articolo 6 della legge federale del 22 marzo 1974⁵ sul diritto penale amministrativo (DPA) non possono essere individuate o possono esserlo solo con provvedimenti d'inchiesta sproporzionati, l'autorità può prescindere da un procedimento contro dette persone e, in loro vece, condannare l'azienda al pagamento della multa.

Art. 18 Azione penale

¹ Il perseguimento e il giudizio delle infrazioni all'articolo 15 capoverso 1 lettera b sono di competenza dei Cantoni. In caso di infrazione alla presente legge, gli articoli 6–8 DPA⁶ si applicano anche alle autorità cantonali.

² Le altre infrazioni sono perseguite e giudicate dall'Amministrazione federale delle dogane secondo le disposizioni della DPA.

⁵ RS 313.0

⁶ RS 313.0

Sezione 6: Misure amministrative

Art. 19

In caso di infrazione ripetuta o grave degli articoli 7–10 e 12, l'autorità cantonale competente può vietare a un'impresa, a titolo provvisorio o definitivo, la mescita o il commercio al dettaglio di bevande alcoliche.

Sezione 7: Disposizioni finali

Art. 20 Esecuzione

¹ Il Consiglio federale emana le disposizioni d'esecuzione.

² Designa l'autorità competente per l'esecuzione della presente legge.

Art. 21 Valutazione

¹ Un Consiglio di esperti, composto pariteticamente di rappresentanti dell'economia, delle organizzazioni specializzate in materia di prevenzione e delle autorità della Confederazione, dei Cantoni e dei Comuni, verifica al più tardi entro cinque anni dall'entrata in vigore della presente legge l'efficacia delle misure previste.

² Fa rapporto al Consiglio federale sugli effetti della legge e gli sottopone proposte per il seguito.

Art. 22 Abrogazione e modifica del diritto vigente

L'abrogazione e la modifica del diritto vigente sono disciplinate nell'allegato.

Art. 23 Disposizioni transitorie

¹ Le decisioni passate in giudicato pronunciate in virtù del diritto anteriore non sono pregiudicate dal nuovo diritto.

² Ai procedimenti amministrativi e alle procedure di ricorso pendenti si applica il nuovo diritto.

Art. 24 Coordinamento con la legge sull'imposizione delle bevande spiritose

¹ Qualora la legge del ...⁷ sull'imposizione delle bevande spiritose non entri in vigore contemporaneamente alla presente legge, il Consiglio federale emana fino all'entrata in vigore di una regolamentazione legale le necessarie disposizioni sull'imposizione delle bevande spiritose e designa l'autorità competente per la loro esecuzione.

² A tal fine si attiene per quanto possibile al diritto anteriore.

⁷ FF 2012 1193

Art. 25 Referendum ed entrata in vigore

¹ La presente legge sottostà a referendum facoltativo.

² Il Consiglio federale ne determina l'entrata in vigore.

Abrogazione e modifica del diritto vigente

I

La legge del 21 giugno 1932⁸ sull'alcool è abrogata.

II

Le leggi qui appresso sono modificate come segue:

1. Legge federale del 20 dicembre 1957⁹ sulle ferrovie

Art. 39 cpv. 3

³ I servizi definiti accessori dalle imprese ferroviarie non sottostanno alle prescrizioni cantonali e comunali di polizia commerciale, sanitaria ed economica, nonché alle regolamentazioni del rapporto di lavoro dichiarate vincolanti dalle autorità competenti. Non si applicano le prescrizioni sugli orari di apertura e di chiusura, ad eccezione delle regolamentazioni cantonali più severe relative agli orari di vendita per le bevande alcoliche conformemente all'articolo 11 della legge del ...¹⁰ sul commercio dell'alcol.

2. Legge federale del 24 marzo 2006¹¹ sulla radiotelevisione

Art. 10 cpv. 1 lett. b

¹ È vietata la pubblicità per:

- b. le bevande spiritose di cui all'articolo 3 lettera c della legge del ...¹² sul commercio dell'alcol; il Consiglio federale emana altre limitazioni intese a tutelare la salute e la gioventù;

⁸ CS 6 863, RU 48 457, 54 1000, 60 673, 1950 72, 1967 1527, 1968 85, 1969 784, 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 1219

¹¹ RS 784.40

¹² FF 2012 1219

3. Legge del 9 ottobre 1992¹³ sulle derrate alimentari

Art. 48 cpv. 1 lett. l

¹ È punito con la multa sino a 40 000 franchi chiunque, intenzionalmente:

1. contravviene alle restrizioni della pubblicità, fondate sulla presente legge, in favore di articoli di tabacco e articoli per fumatori;

Art. 60 Disposizione transitoria

Il Consiglio federale può limitare la pubblicità a favore di tabacco destinata principalmente a persone di età inferiore ai 18 anni, fintanto che siano introdotte nella presente legge disposizioni al riguardo. Sono fatte salve le limitazioni alla pubblicità stabilite dalla legge del 24 marzo 2006¹⁴ sulla radiotelevisione.

4. Legge federale del 23 marzo 2001¹⁵ sul commercio ambulante

Art. 11, rubrica e capoversi 1 e 2

Limitazioni per determinate merci e servizi

¹ *Abrogato*

² Il Consiglio federale può limitare o escludere, per motivi di polizia, la vendita di determinate merci e servizi da parte del commercio ambulante.

¹³ RS 817.0

¹⁴ RS 784.40

¹⁵ RS 943.1