

Prise de position de Swiss Olympic: sponsoring lié à l'alcool dans le sport

octobre 2026

Contexte

Les fonds issus du sponsoring permettent au sport, et en particulier aux clubs, de remplir leur mission et d'apporter une contribution essentielle à la santé publique. Environ deux tiers des enfants (10-14 ans) et environ 40% des adolescent·e·s (15-19 ans) pratiquent un sport au sein de l'un des quelque 18'400 clubs sportifs que compte la Suisse. Pour ces clubs, les recettes issues de la publicité et du sponsoring représentent 14% de leurs recettes totales, soit environ 200 millions de francs. Les recettes publicitaires et de sponsoring revêtent également une grande importance pour les fédérations sportives.

En Suisse, la publicité pour les spiritueux est interdite dans le milieu sportif. En revanche, la [promotion des boissons alcooliques non distillées](#) n'est interdite lors des manifestations sportives que si celles-ci sont principalement fréquentées par des jeunes de moins de 18 ans. La publicité pour l'alcool dans le sport est interdite par la loi en France, en Norvège, en Suède, au Portugal et en Finlande (interdiction de la publicité pour les spiritueux). Dans son plan d'action contre l'alcool pour l'Europe, l'Organisation mondiale de la Santé (OMS) recommande plusieurs mesures législatives, parmi lesquelles figure une interdiction totale de la publicité.

Position de Swiss Olympic

Du point de vue de Swiss Olympic, le sponsoring sportif par l'industrie de l'alcool pose problème. Le Comité International Olympique (CIO) n'accepte des partenaires issus du secteur de l'alcool que pour la bière et le vin, mais pas pour les spiritueux. Swiss Olympic va plus loin et n'accepte aucun sponsor issu de l'industrie de l'alcool. Swiss Olympic recommande aux fédérations et clubs sportifs suisses de renoncer à tout sponsor issu de l'industrie de l'alcool et de remplacer à long terme les partenariats existants par un partenaire issu d'un autre secteur.

Dans ses directives relatives à l'octroi de fonds aux organisateurs d'événements sportifs, Swiss Olympic exige de renoncer au sponsoring et à la publicité pour l'alcool lors des compétitions pour les jeunes. Pour les manifestations destinées aux adultes, Swiss Olympic recommande de renoncer aux sponsors issus de l'industrie de l'alcool et exige le respect rigoureux des dispositions légales en matière de protection des mineurs. Un concept de protection des mineurs est exigé lors de la vente de boissons alcooliques.

Informations complémentaires

- [Ordonnance du DFI](#)
- [Loi fédérale sur l'alcool](#)

Alexander Wäfler
Responsable Médias Swiss Olympic
031 359 72 16 / alexander.waefler@swissolympic.ch