



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

Internet

Question écrite n° 27128

Texte de la question

M. Kléber Mesquida attire l'attention de M. le ministre de l'agriculture et de la pêche sur la publicité pour les boissons alcoolisées sur Internet et plus particulièrement le vin. En effet, la loi Evin (1991) dresse la liste, dans l'article L. 3323-2 du code de la santé publique, des supports sur lesquels la publicité en faveur des boissons alcoolisées est autorisée. Au regard de la date de ladite loi, Internet ne figure pas dans cette liste. Pour autant, la publicité était tout de même possible, *via* ce support, sur la base d'une interprétation du Conseil d'État dans son rapport de 1998, reprise elle-même dans par le bureau de vérification de la publicité dans une recommandation de juillet 2004. Or, deux décisions de justice, datant de 2008, l'ont remise en cause s'en tenant à une stricte interprétation du code. Les producteurs français se trouvent ainsi pénalisés par rapport aux producteurs étrangers qui ne sont pas limités par ces dispositions. Dans la présentation du plan de modernisation de la filière vin le 29 mai, il a été décidé de mettre en place rapidement un groupe de travail sur cette question. Aussi, il lui demande quelles mesures ont été prises pour cette modification et quand le Parlement sera saisi de ce projet.

Texte de la réponse

Par ordonnance de référé rendue le 8 janvier 2008, le tribunal de grande instance de Paris a ordonné à une société de mettre fin à la publicité en faveur d'une boisson alcoolique sur un site en ligne sur l'internet. Cette décision interprète de manière stricte l'article L. 3323-2 du code de la santé publique déterminant les types de supports autorisés. En raison de cette jurisprudence, les boissons alcooliques ne peuvent faire l'objet de promotion à caractère publicitaire par ce média. Cette limitation résulte d'un développement de ce support ultérieur au vote de la loi n° 91-32 du 10 janvier 1991 relative à la lutte contre le tabagisme et l'alcoolisme. Le Gouvernement considère qu'il est nécessaire de sortir de l'impasse actuelle qui n'est imputable ni à la législation qui ne pouvait anticiper ces progrès techniques, ni à une jurisprudence qui ne peut présumer l'intention du législateur quand elle ne procède pas du texte. Le plan quinquennal de modernisation de la filière vitivinicole présenté au Conseil des ministres le 29 mai 2008 prévoit que le Gouvernement conduira un groupe de travail entre les différentes parties, qui appréciera l'opportunité et la nécessité de faire évoluer le cadre dans lequel s'inscrit l'usage du média internet pour la publicité sur les boissons alcooliques, dans le respect des objectifs de santé publique. Ce groupe de travail vient d'être instauré sous la présidence de M. Louvaris, professeur de droit public de l'université Paris-Dauphine. Il est composé de parlementaires, de représentants des administrations concernées, des associations de santé publique, du secteur de la production, de boissons alcoolique et des médias. Il a entamé ses travaux le 18 juin 2008 et a remis au Premier ministre à la fin du mois de juillet des propositions d'actualisation du cadre légal afin de sécuriser les conditions d'utilisation du média internet.

Données clés

Auteur : [M. Kléber Mesquida](#)

Circonscription : Hérault (5^e circonscription) - Socialiste, radical, citoyen et divers gauche

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 27128

Rubrique : Publicité

Ministère interrogé : Agriculture et pêche

Ministère attributaire : Agriculture et pêche

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 8 juillet 2008, page 5787

Réponse publiée le : 19 août 2008, page 7080