



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

Internet

Question écrite n° 35282

Texte de la question

M. Michel Liebgott interroge M. le ministre de l'agriculture et de la pêche sur la publicité du vin sur Internet. La loi Evin du 10 janvier 1991 contient un vide juridique en ce qui concerne le support Internet. En effet, cette loi sur la publicité en faveur des boissons alcoolisées énumère un certain nombre de supports, mais ne prend pas en compte la publicité par support Internet. Dans le cadre du plan de relance de la viticulture, le Gouvernement a mis en place un groupe de travail entre les différentes parties concernées. Dans le respect des objectifs de santé publique et au regard des nouveaux modes de communication dont Internet, ce groupe doit apprécier l'opportunité et la nécessité de faire évoluer le cadre dans lequel s'inscrit la publicité pour les boissons alcoolisées. Dans le secteur vitivinicole, il est indispensable de disposer d'un support de communication performant pour l'information, le commerce et l'échange. Aussi, il souhaite connaître le contenu des conclusions du groupe de travail et la position du Gouvernement en la matière.

Texte de la réponse

Conformément aux engagements pris dans le « plan de modernisation de la filière vitivinicole française » adopté par le Gouvernement le 29 mai 2008, un groupe de travail a été instauré pour apprécier l'opportunité et la nécessité de faire évoluer le cadre dans lequel s'inscrit la publicité pour les boissons alcoolisées, au regard des nouveaux modes de communication (Internet), dans le respect des objectifs nationaux de santé publique. Ce groupe, constitué des différentes parties concernées et placé sous la présidence d'un professeur de droit public de l'Université de Paris-Dauphine, s'est réuni en séance plénière à deux reprises, les 19 juin et 31 juillet 2008. Les différentes parties ont également pu apporter des contributions écrites détaillées. Le président du groupe a remis à la fin du mois d'août ses conclusions au Gouvernement, sous la forme de quatre propositions alternatives de modification législative du Code de la santé publique, graduées en fonction de leur degré de restriction et d'encadrement. Sur la base de ces propositions, le Gouvernement a défini une position consistant à accepter l'intégration des services de communication en ligne dans la liste des supports autorisés pour réaliser de la communication et de la publicité pour les boissons alcoolisées, à l'exception toutefois des services spécifiquement destinés à un public mineur ou spécifiquement dédiés à une activité sportive, et en y interdisant explicitement les formats publicitaires de type intempestif. L'ensemble des dispositions relatives à l'encadrement de la forme et de la nature du message véhiculé, par ailleurs définies par le Code de la santé publique, devront s'appliquer intégralement à ce nouveau support autorisé. Cette position est de nature à garantir le strict respect des objectifs nationaux de santé publique, tout en permettant aux opérateurs économiques français de la filière des boissons alcoolisées d'utiliser le média internet dans des conditions identiques à celles prévalant dans les autres pays producteurs.

Données clés

Auteur : [M. Michel Liebgott](#)

Circonscription : Moselle (10^e circonscription) - Socialiste, radical, citoyen et divers gauche

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 35282

Rubrique : Publicité

Ministère interrogé : Agriculture et pêche

Ministère attributaire : Agriculture et pêche

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 11 novembre 2008, page 9648

Réponse publiée le : 30 décembre 2008, page 11309