



# ASSEMBLÉE NATIONALE

## 14ème législature

vin

Question écrite n° 54836

### Texte de la question

M. Olivier Audibert Troin attire l'attention de Mme la ministre des affaires sociales et de la santé sur la future loi de santé publique. En effet, nombres de viticulteurs sont inquiets des conséquences de cette dernière. À l'heure actuelle, la loi Evin ne définissant pas clairement la publicité, ces derniers sont en capacité d'utiliser Internet comme support de communication et d'information sur le vin. Or, depuis la publication du plan gouvernemental de lutte contre les addictions, le Gouvernement semble vouloir restreindre l'usage d'internet comme support de publicité pour le vin. Les producteurs sont inquiets quant au devenir des supports existants si le futur projet de loi de santé publique comprend une telle restriction. Internet permet aujourd'hui aux viticulteurs de faire découvrir leurs productions mais facilite aussi les exportations. Il souhaiterait donc connaître les intentions du Gouvernement quant à l'usage, par les viticulteurs, d'internet comme support de communication pour le vin.

### Texte de la réponse

Alors que l'alcool est la deuxième cause de mortalité évitable dans notre pays, la ministre des affaires sociales, de la santé et des droits femmes tient à rappeler qu'il s'agit là d'un sujet de préoccupation majeure pour le Gouvernement. La diminution globale des consommations quotidiennes chez les 18-75 ans depuis plusieurs décennies contraste avec la hausse significative des usages à risque de l'alcool et des ivresses depuis 2005, en particulier chez les 18-34 ans. En 2011, 10,5 % des jeunes de 17 ans déclaraient une consommation régulière d'alcool et 28 % des jeunes de 17 ans déclaraient avoir été ivres au moins 3 fois dans l'année. Depuis la loi Evin, la lutte contre les risques sanitaires associés à la consommation de boissons alcooliques passe, notamment, par l'encadrement de la publicité en faveur des boissons alcooliques. Ainsi, toute publicité est interdite, sauf sur des supports dûment recensés. La propagande ou la publicité est autorisée sur les services de communication en ligne à l'exclusion de ceux destinés principalement à la jeunesse, aux associations ou fédérations sportives. Cette publicité ne doit être ni intrusive, ni interstitielle. L'objectif est de permettre aux acteurs économiques de ces boissons de communiquer, tout en protégeant la population, en particulier la jeunesse. Dans un contexte d'émergence du phénomène de binge-drinking chez les jeunes, il convient d'examiner toutes les actions susceptibles de contrer cette évolution. La lutte contre ce phénomène passe par des mesures de prévention, menées au plus près des jeunes. Elle passe également par une évolution de la loi. C'est pourquoi, le projet de loi santé prévoit de renforcer les incriminations sanctionnant l'incitation à la consommation d'alcool des mineurs, ainsi que des majeurs dans le cadre du bizutage. Cette évolution a fait l'objet d'une concertation avec les parties concernées, dont les représentants des filières économiques, qui ont adhéré à cette proposition.

### Données clés

**Auteur :** [M. Olivier Audibert Troin](#)

**Circonscription :** Var (8<sup>e</sup> circonscription) - Les Républicains

**Type de question :** Question écrite

**Numéro de la question :** 54836

**Rubrique** : Agroalimentaire

**Ministère interrogé** : Affaires sociales

**Ministère attributaire** : Affaires sociales, santé et droits des femmes

Date(s) clé(e)s

Question publiée au JO le : [6 mai 2014](#), page 3621

Réponse publiée au JO le : [4 novembre 2014](#), page 9265