

**ASSEMBLÉE NATIONALE**

2 février 2009

RÉFORME DE L'HÔPITAL - (n° 1210)

Commission	
Gouvernement	

**AMENDEMENT**

N° 80

présenté par

M. Domergue, M. Albarello, M. Aboud, M. Philippe Armand Martin, M. Loïc Bouvard,  
M. Ciotti, M. Cosyns, Mme Dalloz, M. Decool, Mme Delong, M. Diefenbacher,  
M. Raymond Durand, M. Estrosi, M. Ferrand, M. Francina, M. Garraud, M. Garrigue,  
M. Grand, M. Herth, Mme Hostalier, M. Jeanneteau, Mme Marguerite Lamour, M. Lecou,  
M. Lezeau, M. Luca, Mme Marland-Militello, M. Martin-Lalande,  
M. Masdeu-Arus, M. Mathis, M. Christian Ménard, M. Perruchot, M. Perrut, M. Piron,  
M. Poignant, Mme Pons, M. Reiss, M. Remiller, M. Reynès, M. Sermier,  
M. Straumann, M. Suguenot, Mme Vasseur, M. Gérard Voisin, M. Anciaux et M. Christ

-----  
**ARTICLE ADDITIONNEL**

**APRÈS L'ARTICLE 24, insérer l'article suivant :**

« Après le 8° de l'article L. 3323-2 du code de la santé publique, il est inséré un 9° ainsi rédigé :

« 9° Sur les services de communications en ligne à l'exclusion de ceux qui, par leur caractère, leur présentation ou leur objet, apparaissent comme principalement destinés à la jeunesse, ainsi que ceux édités par des associations, sociétés, et fédérations sportives ou des ligues professionnelles au sens du code du sport, sous réserve que la propagande ou la publicité ne soit ni intrusive, ni interstitielle. »

**EXPOSÉ SOMMAIRE**

La loi Évin, intégrée à l'article L. 3323-2 du code de la santé publique, fixe une liste limitative des supports autorisés pour la publicité en faveur des boissons alcooliques, sur laquelle ne figure pas internet. Si la loi Evin n'a pas prévu ce support de communication, c'est parce qu'à l'époque il n'existait pas.

---

Au regard du poids croissant d'internet dans la publicité, et pour répondre à la question spécifique de la publicité sur le vin et les autres boissons alcooliques par le biais de ce média, il est apparu nécessaire d'actualiser la loi Évin en autorisant la publicité sur internet, à la condition de prévoir des garde-fous :

- afin de pouvoir mettre en place un dispositif juridique clair et encadré en France,
- afin de sécuriser l'intervention des acteurs économiques sur internet.

Toute la difficulté de ce dossier est de concilier cette nécessité économique avec un impératif de santé publique.

Si la publicité en faveur des boissons alcooliques sur internet est autorisée, les populations vulnérables, en particulier les jeunes, doivent être protégées. Les sites destinés à la jeunesse ou dédiés au sport et/ ou à l'activité physique (eux aussi fortement fréquentés par les jeunes) doivent être exclus de toute publicité pour ces produits.

La protection de la jeunesse passera aussi par le rôle essentiel des parents et les logiciels de contrôle parental devront intégrer cette dimension. De même, les techniques intrusives comme les pop-up, des publicités qui surgissent de manière spontanée sur le Web devront être prohibées.

Enfin, la publicité sur internet sera soumise aux mêmes contraintes, qui figurent dans le code de santé publique, que les autres supports : message sanitaire, contenu de la publicité encadré...

Cette disposition sera accompagnée de la mise en place d'un comité de suivi, qui réunira les acteurs économiques, les associations de santé publique et les associations familiales. Ce comité veillera au respect de la loi et s'assurera de l'absence de tout contournement.